

**Министерство образования и науки Российской Федерации**  
**Федеральное государственное автономное**  
**образовательное учреждение высшего образования**  
**«НАЦИОНАЛЬНЫЙ ИССЛЕДОВАТЕЛЬСКИЙ**  
**ТОМСКИЙ ПОЛИТЕХНИЧЕСКИЙ УНИВЕРСИТЕТ»**  
**ЮРГИНСКИЙ ТЕХНОЛОГИЧЕСКИЙ ИНСТИТУТ**

Юргинский технологический институт

Специальность 080502 «Экономика и управление на предприятии (в машиностроении)»

Кафедра экономики и автоматизированных систем управления

**ВЫПУСКНАЯ КВАЛИФИКАЦИОННАЯ РАБОТА**

Тема работы
<b>Разработка бизнес-плана ателье «Милана»</b>

УДК 338.46

Студент

Группа	ФИО	Подпись	Дата
3 - 17501	Митрофанова Елена Олеговна		

Руководитель

Должность	ФИО	Ученая степень, звание	Подпись	Дата
Доцент кафедры ЭиАСУ	Полицинская Е.В.	к.пед.н., доцент		

**КОНСУЛЬТАНТЫ:**

По разделу «Финансовый менеджмент, ресурсоэффективность и ресурсосбережение»

Должность	ФИО	Ученая степень, звание	Подпись	Дата
Доцент кафедры ЭиАСУ	Момот М.В.	к.т.н., доцент		

По разделу «Социальная ответственность»

Должность	ФИО	Ученая степень, звание	Подпись	Дата
Доцент кафедры БЖДЭиФВ	Гришагин В.М.	к.т.н., доцент		

**ДОПУСТИТЬ К ЗАЩИТЕ:**

Зав. кафедрой	ФИО	Ученая степень, звание	Подпись	Дата
ЭиАСУ	Трифонов В.А	к.э.н., доцент		

Юрга – 2016 г

**Министерство образования и науки Российской Федерации**  
Федеральное государственное автономное  
образовательное учреждение высшего образования  
**«НАЦИОНАЛЬНЫЙ ИССЛЕДОВАТЕЛЬСКИЙ  
ТОМСКИЙ ПОЛИТЕХНИЧЕСКИЙ УНИВЕРСИТЕТ»**  
**ЮРГИНСКИЙ ТЕХНОЛОГИЧЕСКИЙ ИНСТИТУТ**

Юргинский технологический институт  
Специальность 080502 «Экономика и управление на предприятии (в машиностроении)»  
Кафедра экономики и автоматизированных систем управления

УТВЕРЖДАЮ:  
Зав. кафедрой

\_\_\_\_\_  
(Подпись)      \_\_\_\_\_ (Дата)      В.А.Трифонов  
(Ф.И.О.)

### ЗАДАНИЕ

#### на выполнение выпускной квалификационной работы

В форме:

Выпускной квалификационной работы

(бакалаврской работы, дипломного проекта/работы, магистерской диссертации)

Студенту:

Группа	ФИО
3-17501	Митрофанова Елена Олеговна

Тема работы:

Разработка бизнес-плана ателье «Милана»

Утверждена приказом проректора-директора  
(директора) (дата, номер)

приказ № 28.01.2016г.  
№14/С

Срок сдачи студентом выполненной работы:

#### ТЕХНИЧЕСКОЕ ЗАДАНИЕ:

##### Исходные данные к работе

*(наименование объекта исследования или проектирования; производительность или нагрузка; режим работы (непрерывный.); вид услуг или материал изделия; требования к продукту, изделию или процессу; особые требования к особенностям функционирования (эксплуатации) объекта или изделия в плане безопасности эксплуатации, влияния на окружающую среду, экономический анализ и т. д.*

Данные по рынку предоставления швейных услуг в г. Юрге.

Методы разработки стратегии, проведения маркетингового анализа, расчета показателей экономической эффективности.

##### Перечень подлежащих исследованию, проектированию и разработке вопросов

*(аналитический обзор по литературным источникам с целью выяснения достижений мировой науки техники в рассматриваемой области; постановка задачи исследования, проектирования; содержание процедуры исследования, проектирования; описание результатов выполненной работы; наименование дополнительных разделов, подлежащих разработке; заключение по работе).*

Маркетинговый анализ в виде SWOT анализа проекта

Маркетинговый план

Организационно-производственный план

Финансовый план

Оценка экономической эффективности

Оценка рисков проекта

##### Перечень графического материала

*(с точным указанием обязательных чертежей)*

Презентация представлена в формате Power Point

##### Консультанты по разделам выпускной квалификационной работы

*(с указанием разделов)*

Раздел	Консультант
«Финансовый менеджмент, ресурсоэффективность и ресурсосбережения»	Доцент кафедры ЭиАСУ М.В. Момот
«Социальная ответственность»	Доцент кафедры БЖДЭиФВ В.М. Гришагин
<b>Названия разделов, которые должны быть написаны на иностранном языке:</b>	
<b>Реферат</b>	

<b>Дата выдачи задания на выполнение выпускной квалификационной работы по линейному графику</b>	
---	--

**Задание выдал руководитель:**

Должность	ФИО	Ученая степень, звание	Подпись	Дата
Доцент кафедры ЭиАСУ	Полицинская Е.В.	к.пед.н., доцент		

**Задание принял к исполнению студент:**

Группа	ФИО	Подпись	Дата
З-17501	Митрофанова Елена Олеговна		

# «ФИНАНСОВЫЙ МЕНЕДЖМЕНТ, РЕСУРСОЭФФЕКТИВНОСТЬ И РЕСУРСОСБЕРЕЖЕНИЕ»

Студенту:

Группа	ФИО
3-17501	Митрофанова Елена Олеговна

Институт	ЮТИ ТПУ	Кафедра	ЭиАСУ
Уровень образования	специалист	специальность	080502 «Экономика и управление на предприятии в (машиностроении)»

## Исходные данные к разделу «Финансовый менеджмент, ресурсоэффективность и ресурсосбережение»:

1 Мероприятие	Расчет экономических показателей для бизнес - плана
1 Цели мероприятия	Открытие ателье

## Перечень вопросов, подлежащих исследованию, проектированию и разработке:

1 Оценка коммерческого потенциала	Расчет планируемых расходов для открытия ателье
2 Для оценки эффективности инвестиционного проекта использовались методы расчета:	<ul style="list-style-type: none"> <li>- срок окупаемости проекта (РВ);</li> <li>- индекс прибыльности(PI).</li> <li>- дисконтированный период окупаемости (DPB);</li> <li>- чистый дисконтированный доход (NPV);</li> <li>- внутренняя норма рентабельности инвестиций (IRR);</li> <li>- средняя норма рентабельности (ARR).</li> </ul>

## Перечень графического материала (с точным указанием обязательных чертежей):

1 Основные показатели финансовой деятельности, руб.
---

Дата выдачи задания для раздела по линейному графику

Задание выдал консультант:

Должность	ФИО	Ученая степень, звание	Подпись	Дата
Доцент	Момот М.В.	к.т.н., доцент		

Задание принял к исполнению студент:

Группа	ФИО	Подпись	Дата
3-17501	Митрофанова Елена Олеговна		

## ЗАДАНИЕ ДЛЯ РАЗДЕЛА «СОЦИАЛЬНАЯ ОТВЕТСТВЕННОСТЬ»

Студенту:

<b>Группа</b>	<b>ФИО</b>
3-17501	Митрофанова Елена Олеговна

Институт	Юргинский технологический институт	Кафедра	ЭиАСУ
Уровень образования	специалист	специальность	080502 «Экономика и управление на предприятии в (машиностроении)»

<b>Исходные данные к разделу «Социальная ответственность»:</b>	
1 Описание рабочего места (рабочей зоны, технологического процесса, механического оборудования) на предмет возникновения:	<p>Объектом исследования является рабочее место директора ателье «Милана». Нормативные правовые акты по охране труда Министерства здравоохранения РФ; СНиП 23-05-95.</p> <p>«Естественное и искусственное освещение», СНиП 2.2.4/2.1.8.562-86. Конституция и Трудовой Кодекс РФ.</p>
<b>Перечень вопросов, подлежащих исследованию, проектированию и разработке:</b>	
2 Анализ выявленных вредных факторов проектируемой производственной среды в следующей последовательности:	Ненормированное освещение; параметры микроклимата; оформление производственного интерьера; работа с дисплеем; умственное перенапряжение и монотонность труда.
3 Анализ выявленных опасных факторов проектируемой произведённой среды в следующей последовательности	Поражение электрическим током; возможные возгорания
4 Защита в чрезвычайных ситуациях:	Прохождение противопожарного инструктажа в соответствии с ФЗ «О противопожарной безопасности».
5 Правовые и организационные вопросы обеспечения безопасности:	Конституция РФ, Трудовой кодекс РФ, Указы Президента РФ по вопросам охраны труда, Закон «Об охране труда в Кемеровской области»
<b>Перечень графического материала:</b>	
При необходимости представить эскизные графические материалы к расчётному заданию (обязательно для специалистов и магистров)	В данном разделе имеется материал к расчётному заданию по системе освещения на рабочем месте.

<b>Дата выдачи задания для раздела по линейному графику</b>	
---	--

**Задание выдал консультант:**

<b>Должность</b>	<b>ФИО</b>	<b>Ученая степень, звание</b>	<b>Подпись</b>	<b>Дата</b>
Зав.кафедры БЖДЭ и ФВ	Гришагин В.М.	к.т.н., доцент		

**Задание принял к исполнению студент:**

<b>Группа</b>	<b>ФИО</b>	<b>Подпись</b>	<b>Дата</b>
3-17501	Митрофанова Елена Олеговна		

## Планируемые результаты обучения

Специалист должен:

- иметь системное представление о структурах и тенденциях развития российской и мировой экономик;
- иметь представление о приоритетных направлениях развития национальной экономики и перспективах технического, экономического и социального развития соответствующей отрасли и предприятия;
- понимать законы функционирования организаций, уметь анализировать и осуществлять основные функции менеджмента;
- владеть практическими навыками менеджера (осуществление коммуникаций, принятие управленческих решений, управление конфликтами и стрессами и др.).

знать:

- знать основные категории экономической науки, понимать всю суть социально-экономических явлений, а также владеть методами анализа экономических процессов;
- теоретические основы и закономерности функционирования рыночной экономики, включая переходные процессы;
- принципы принятия управленческих решений;
- законодательные и нормативные правовые акты,
- зарубежный и отечественный опыт в области управления организации, а также деятельности предприятия в условиях рыночной экономики;

уметь:

- вовремя выявлять проблемы, носящие экономический характер при анализе конкретных ситуаций, предлагать способы их решения, а также грамотно оценивать результаты;
- использовать информационные технологии для решения экономических задач на предприятии;

владеть:

- специальной экономической терминологией;
- навыками самостоятельного овладения новыми знаниями, используя современные образовательные технологии;
- методами экономического анализа производственно-хозяйственной деятельности предприятия и его подразделений и оценки рыночных позиций предприятия;



## Реферат

В выпускной квалификационной работе на основе международной методики осуществлена оценка экономической эффективности проекта создания ателье «Милана».

Работа содержит 79 страниц, 5 рисунков, 23 таблицы, 31 использованных источника и 4 приложения.

Ключевые слова: маркетинговый анализ, рынок предоставления швейных услуг, конкурентный анализ, SWOT-анализ, организационно-производственный план, маркетинговый план, финансовый план, показатели эффективности, риски, ателье.

Цель выпускной квалификационной работы - разработка бизнес-плана создания ателье «Милана».

Работа содержит следующие разделы:

- маркетинговый анализ исследования рынка потребителей и конкурентов;
- разработка и организационно-производственного, маркетингового и финансового плана создания ателье «Милана»;
- оценка экономической эффективности реализации проекта, путем составления финансового плана и оценки рисков реализации проекта;
- социальная ответственность.

Объект исследования – ателье «Милана», открываемое индивидуальным предпринимателем.

Предмет исследования – методика составления бизнес-плана.

Выпускная квалификационная работа выполнена в текстовом редакторе Microsoft Word 7.0 и представлена на диске CD-R (в конверте на обороте обложки).

## Abstract

In the final qualifying work on the basis of international methodology implemented to assess the economic efficiency of the project of creating the studio of «Milan».

The explanatory note of final qualifying work contains 79 pages, 5 figures, 23 tables, 31 sources used, and 4 applications.

Keywords: marketing analysis, market of sewing services, competitive analysis, the SWOT-analysis, organizational and production plan, marketing plan, financial plan, performance indicators, risks studio.

The purpose of final qualifying work - the development of creating a business plan studio of «Milan».

The work includes the following topics:

- marketing analysis of consumer research and market competitors;
- development of organizational and production, marketing and financial plan for the studio of «Milan»;
- assessment of the economic efficiency of the project, by drawing up a financial plan and a risk assessment of the project;
- social responsibility.

The object of the research Studio "Milan" opened by an individual entrepreneur.

Subject of research – methods of preparing a business plan.

Final qualifying work is done in a text editor Word 7.0 and the Microsoft Corporation is presented on the disc CD-R (in an envelope on the back cover).

## Определения, обозначения, сокращения, нормативные ссылки

В данной работе использованы ссылки на следующие стандарты:

ГОСТ 1.1 – 2002 Межгосударственная система стандартизации.

Термины и определения.

В данной работе применены следующие термины с соответствующими определениями:

Бизнес – план - это программа деятельности организации на определенный срок времени, содержащая информацию о самой организации (проекте), производимых товарах, плане их производства и сбыта, анализ рынка, план маркетинга, а также организационный и финансовый план, включая оценку эффективности и рисков проекта [4].

Бизнес-планирование – осуществление запланированных действий фирмы, определение ее целей и путей их достижения.

Конкурентная среда - рынок или его сегмент, где предприятие ведет борьбу за потребителей, поставщиков, партнеров и преобладающее положение на рынке [4].

Конкурентоспособность - уровень экономического, технологического и финансового потенциала предприятия, обеспечивающего ему возможность конкурировать со своими соперниками, поставляющими на те же рынки аналогичные товары или стремящимися проникнуть на рынок [30].

Маркетинг - это деятельность, которая управляет продвижением товаров и услуг от производителя к потребителю. Под маркетингом также понимается деятельность по изучению текущего рынка сбыта.

Маркетинговое исследование - деятельность по изучению рынка, спроса и предложения, поведения потребителей, рыночной конъюнктуры,

динамики цен с целью лучшего продвижения своих товаров на рынок, увеличения их сбыта, продаж.

Разработка маркетинговой стратегии предприятия – это выбор совокупности действий, которые ориентированы на потребителя – то есть клиента предприятия и обеспечивают предприятию стабильность и развитие на долгие годы вперед. К тому же это подразумевает не жесткую схему, а гибкий план, в котором можно в любой момент сделать корректировку и внести дополнения.

Сегмент рынка - часть рынка, охватывающая совокупность потребителей, одинаково реагирующих на потребительские свойства товара или на один и тот же набор побудительных стимулов маркетинга.

Индекс рентабельности - отношение чистой стоимости денежного притока к чистой текущей стоимости оттока (включая первоначальные инвестиции).

Срок окупаемости – период времени, необходимый для того, чтобы доходы, генерируемые инвестициями, покрыли затраты на инвестиции.

Стратегическое планирование – это план возможности внедрения каких-либо действий фирмы на долгосрочную перспективу, с полным анализом внешней и внутренней среды, возможностей и угроз.

Управление маркетингом – это совокупность мероприятий по анализу, разработке, реализации и контролю над установлением, укреплении и поддержанием выгодных обменов с целевыми рынками и достижению целей организации.

Принятые обозначения и сокращения:

УСН – упрощенная система налогообложения;

ФОТ – фонд оплаты труда;

ИП – индивидуальный предприниматель;

МРОТ – минимальный размер оплаты труда;

ГСМ – горюче смазочные материалы.

## Оглавление

Введение	9
1 Обзор литературы	14
1.1 Теоретический анализ понятия и виды бизнес - плана	15
2 Объект и методы исследования	19
2.1 Конкурентный анализ	19
2.2 SWOT - анализ	23
3 Расчеты и аналитика	25
3.1 Общая характеристика ателье «Милана»	25
3.2 Разработка организационно-производственного, маркетингового и финансового плана проекта.	29
4 Результаты проведенного исследования	39
5 Финансовый менеджмент, ресурсоэффективность и ресурсосбережение	40
6 Социальная ответственность	50
6.1 Описание рабочего места	50
6.2 Анализ выявленных вредных факторов проектируемой производственной среды	52
6.3 Анализ выявленных опасных факторов проектируемой произведённой среды	54
6.4 Защита в чрезвычайных ситуациях	62
6.5 Правовые и организационные вопросы обеспечения безопасности	65
6.6 Заключение по разделу «Социальная ответственность»	69
Заключение	70
Список использованных источников	73
Приложение А - Критерии оценки конкурентоспособности	

ателье «Милана»	76
Приложение Б - Планируемый план объема предоставления услуг поквартально	77
Приложение В - Движение денежных средств финансовой деятельности организации ежемесячно за первый год	78
Приложение Г - График чистого дисконтированного дохода, NPV	79

## Введение

Организация нового бизнеса всегда требует серьезной и фундаментальной подготовки.

Каждый предприниматель, начиная свою деятельность, должен четко понимать потребность на перспективу в финансовых, материальных, трудовых и интеллектуальных ресурсах, источники их получения, а также уметь четко рассчитать эффективность использования ресурсов в процессе работы фирмы.

Бизнес-план подготавливает к неизвестному будущему, заставляя использовать бизнес-стратегии и варианты решений для повышения шансов организации на пути к успеху. Конечно, он не может исключить всех рисков, но это дает шанс более тщательно продумать свои действия.

Деятельность любой компании начинается с планирования, без организации которого сложно добиться хороших результатов. Четко проработанный и согласованный план – средство, с помощью которого можно контролировать производительность и управлять бизнесом.

Ателье «Милана» - предприятие, которое будет производить приём заказов и последующий пошив эксклюзивной одежды, реставрацию и ремонт, а также дополнительно осуществлять продажу различных видов тканей, аксессуаров и готовой продукции собственного производства.

Создание данного предприятия может привести к более полному насыщению рынка услуг по пошиву и ремонту одежды для удовлетворения потребностей организации, а также создания дополнительных рабочих мест и получения прибыли.

Несмотря на обилие магазинов модной одежды практически в любом населенном пункте нашей страны, все еще остается огромный контингент людей, которые желают носить только эксклюзивную, пошитую специально для них одежду.

Актуальность темы определила цель и задачи работы.

Цель выпускной квалификационной работы - разработка бизнес-плана создания ателье «Милана».

Для достижения цели необходимо решить следующие задачи:

- изучить нормативную, законодательную, методологическую базу по разработке бизнес-плана;
- провести маркетинговый анализ рынка по предоставлению швейных услуг для создания ателье «Милана»;
- разработать маркетинговый, организационно-производственный и финансовый план создания ателье «Милана»;
- оценить экономическую эффективность реализации проекта, и дать оценку рисков реализации проекта;

Объект исследования – ателье «Милана».

Предмет исследования – методика составления бизнес-плана.

В процессе написания дипломной работы были использованы материалы публикаций в статьях и монографиях периодических изданий Орловой П.И., Уткина Э.А. и других авторов.



## 1 Обзор литературы

Этапы разработки и реализации бизнес-плана изучено на основе учебников под авторством П.И.Орлова, В.П. Буров, А.С. Волков, М.В. Горбунов, В.Л. Виноградова.

Основы маркетинга и проблемы сегментации товара на рынке изучены на основе трудов таких авторов, как Т.З. Артюхова, В.В.Еремин.

Управление инвестиционными проектами изучены на основе трудов таких авторов, как Е.Н. Стрекалова, Н.Д. Липсиц.

Оценка рисков в бизнес - планирования четко проанализировал в своих трудах В.С. Лосев, Е.Р. Орлова.

Технология разработки анализа инвестиционных проектов, а также разработка для этих проектов бизнес – плана изучена на основе популярной системной программы Project Xpert 7, таких авторов, как В.С.Алиев, Д.В.Чистов.

В соответствии с Общероссийским классификатором видов экономической деятельности, разработанным Минэкономразвития России и введенным в действие Постановлением Госстандарта России от 06.11.2001 N 454-ст, швейные услуги относятся к коду 18.2 " Производство одежды из текстильных материалов и аксессуаров одежды" (класса 18 " Производство одежды").

## 1.1 Теоретический анализ понятия и виды бизнес-плана

Бизнес-план – это проект, документ, который описывает обоснование и весь процесс внедрения новой продукции или нового вида деятельности с описанием проблем, с которыми может столкнуться и пути решения данных проблем.

Бизнес-план бывает нескольких видов и классифицируется по типологии представленной на рисунке 1.

тип <ul style="list-style-type: none"><li>• технический,</li><li>• экономический,</li><li>• организационный,</li><li>• социальный,</li><li>• смешанный</li></ul>	класс <ul style="list-style-type: none"><li>• монопроект,</li><li>• мультипроект,</li><li>• мегапроект</li></ul>
масштаб <ul style="list-style-type: none"><li>• мелкие,</li><li>• средние,</li><li>• крупные,</li><li>• очень крупные</li></ul>	сложность <ul style="list-style-type: none"><li>• простые,</li><li>• сложные,</li><li>• очень сложные</li></ul>
вид <ul style="list-style-type: none"><li>• инновационный,</li><li>• организационный,</li><li>• научно-исследовательский,</li><li>• учебно-образовательный,</li><li>• смешанный</li></ul>	длительность <ul style="list-style-type: none"><li>• краткосрочные (до 3 лет),</li><li>• среднесрочные (от 3 до 5 лет),</li><li>• долгосрочные (свыше 5 лет)</li></ul>

Рисунок 1- Классификация бизнес-плана

Коротко рассмотрим некоторые из данных видов.

Тип:

- технический - разработка внедрения технических инноваций или технических совершенствований;

- экономический - разработка и экономическое обоснование внедрение нового вида продукции, нового вида деятельности или других экономически выгодных преобразований;

- организационный - обоснование необходимости совершенствования организационной структуры, внедрение организационной культуры или организационных преобразований;

- социальный – разработка плана внедрения социального проекта;

- смешанный – включает в себя несколько видов, например технико-экономический, т.е. внедрение технических новшеств и расчет экономических затрат и экономической выгоды от внедрения.

Класс:

- монопроект - проект одного типа или масштаба;

- мультипроект - проект, сочетающий в себе несколько монопроектов, он требует комплексного применения управления несколькими монопроектами;

- мегапроект - к ним относятся целевые программы развития регионов, отраслей и включают в себя несколько мультипроектов.

Масштаб:

- мелкие - например проект модернизации какого-либо подразделения или поточной линии на предприятии;

- Средние - например проект создания ИП, или создание нового цеха в уже действующем предприятии;

- Крупные - создание нового завода или запуск нового крупносерийного производства;

- Очень крупные проекты – проект экономического или социального обновления города, отрасли, региона и т.д.

Вид:

- инновационный - внедрение инновационного процесса, продукции или отдельных инновационных элементов в процесс производства;

- организационный - разработка по совершенствованию организационных аспектов на предприятии;

- научно-исследовательский – разработка внедрения научно-исследовательских разработок;

- учебно-образовательный - разработка и внедрение совершенствований в учебно-образовательный процесс или учебно-образовательную сферу;

- смешанный - сочетание нескольких видов разработок в одном инновационном процессе.

В основной своей массе бизнес-план носит инновационный характер и величина суммы инвестиций зависит от масштаба, сложности и сроке проекта.

К бизнес-плану предъявляют требования независимо от вида проекта рисунок 2.



Рисунок 2- Требования к бизнес-плану

На рисунке наглядно показано, что бизнес-план должен быть:

- понятен простым людям, а не только специалистам;
- инвесторы узнают фирму по бизнес-плану, поэтому информация должна быть достоверна и кратко изложена, но четко детализирована;
- оптимальный объем бизнес-плана 30-50 страниц, бизнес-план более 70 страниц тяжел к усвоению, поэтому второстепенную и справочную информацию прикладывают в приложение или вообще не упоминают;
- обязательные условия бизнес-плана – это его эффективность: социальная, экономическая, техническая;
- бизнес-план является не только расчетным документом, но и средством рекламы, поэтому информацию можно представлять в виде таблиц, расчета показателей, графики и диаграммы;

- все прогнозы должны быть достоверны и подкреплены ссылками на источники информации, например проведенные исследования, статистические данные, опросы;

- оценка рисков является обязательной в структуре бизнес-плана и прогнозирование и пути преодоления располагает доверие к компании.

Наиболее важные аспекты, которые интересуют инвесторов, являются:

- финансы (вложение и прибыль);
- управленческий аспект (коллектив, квалификация персонала);
- производимые товары, услуги (спрос, цена, перспективы);
- план маркетинга (реклама, организация внедрения проекта).

Поэтому при представлении бизнес-плана инвесторам, необходимо иметь четкие ответы и аргументы по данным пунктам. Таким образом, бизнес-план - это поэтапно составленный проект развития предприятия, с обоснованием внедрения новшеств, изменений и рассчитанной эффективностью от данных внедрений. Он должен быть кратким, четко просчитанным, с достоверной информацией и аргументацией.

## 2 Объект и методы исследования

### 2.1 Конкурентный анализ

Ателье является обслуживающим предприятием и предполагает пошив и ремонт одежды, в качестве дополнительных услуг продажа тканей и аксессуаров. Стадия развития - начальная. Ателье будет функционировать в сфере услуг. Планируется пошив широкого ассортимента изделий.

Возрастной контингент не ограничен. Некоторые девушки предпочитают экстравагантную одежду и что-то необычное. Для модниц предлагаются нестандартные платья, юбки, брюки различных цветов и видов с интересными и необычными аксессуарами. Женщины более зрелого возраста предпочитают строгий стиль, элегантность и классику.

Уровень цены по ателье в среднем невысокий от 200 руб. (ремонт одежды), от 1000 руб. (пошив одежды), в зависимости от покроя, модели, материала, от желания и уровня дохода самих клиентов.

Цены установлены на таком уровне, чтобы привлечь клиентов, составляющих целевую аудиторию проекта, со средним уровнем доходов. Установление более высоких цен нецелесообразно, поскольку рынок уже достаточно сформирован, и потенциальные клиенты будут избегать посещения мест с завышенными ценами.

Ателье «Милана» предполагает обслуживание достаточного количества клиентов, т.к. оно предлагает услуги не только качественные, но и красивые и оригинальные. Но, не смотря на это, у него есть конкуренты, что свидетельствует об эластичности спроса на рынке. Ателье планирует занять достойное место на рынке услуг по индивидуальному пошиву и попытается завоевать свою позицию на рынке.

Ателье может конкурировать в условиях реального рынка за счет предложения своих услуг. При усилении позиций ближайших конкурентов планируется укрепить конкурентоспособность. Этого можно достичь, хорошо рекламируя товар, за счет профессионализма сотрудников или внедрить инновационное предложение на рынок. Инновационным предложением в данном случае будет внедрение изготовления Евро чехлов под заказ для мягкой мебели по доступной цене. Анализ основных конкурентов ателье и оценку по пяти бальной шкале, проведенный путем опроса жителей г. Юрги и военного городка можно рассмотреть в таблице 1.

Критерии оценки конкурентоспособности создаваемого ателье приведено в приложении А.

Таблица 1 - Анализ основных конкурентов ателье и оценка по пяти бальной шкале

Факторы конкурентности	Ателье «Милана»	Конкуренты		
		Ателье «Силуэт»	Ателье города	Швеи на дому
1 Качество	Обеспечивается высокой квалификацией швей и закройщика, 5 баллов	Обеспечивается высокой квалификацией швей и закройщика, 5 баллов	Зависит от разряда и способностей, 3 балла	Зависит от разряда и способностей, 3 балл
2 Место нахождения	Военный город, 4 балла	Центр военного городка, 5 баллов	Окраина и центр города, 3 балла	Неопределенно, 3 балла
3 Уровень цены	Средний, в зависимости от покроя и модели, 5 баллов	Высокий и средний, 4 балла	Высокий и средний, ниже среднего 3 балла	Высокий и средний, 4 балла
4 Дизайн	С учетом всех пожеланий заказчика и с модных тенденций, 5 баллов	С учетом модных тенденций, 5 баллов	С учетом всех пожеланий заказчика, 4 балла	С учетом всех пожеланий заказчика, 4 балла
5 Ассортимент	Все швейные изделия, аксессуары, 5 баллов	Все швейные изделия, аксессуары, 5 баллов	Все швейные изделия, 4 балла	Все швейные изделия, 4 баллов
6 Время работы и обеда	С 10:00 до 19:00, обед с 14:00 до 15:00, без выходных, 5 баллов	с 10:00 до 18:00, обед с 13:00 до 14:00, 5 баллов	с 10:00 до 19:00, обед с 13:00 до 14:00, 3 балла	Вечернее время, 4 балла
7 Имидж, репутация	Новое предприятие, 3 балла	Надежность, 5 баллов	Надежность, но не всегда, 4 балла	Надежность, 5 балла
Общее количество баллов:	32	34	24	27

Общая сумма баллов представлена на рисунке 3.

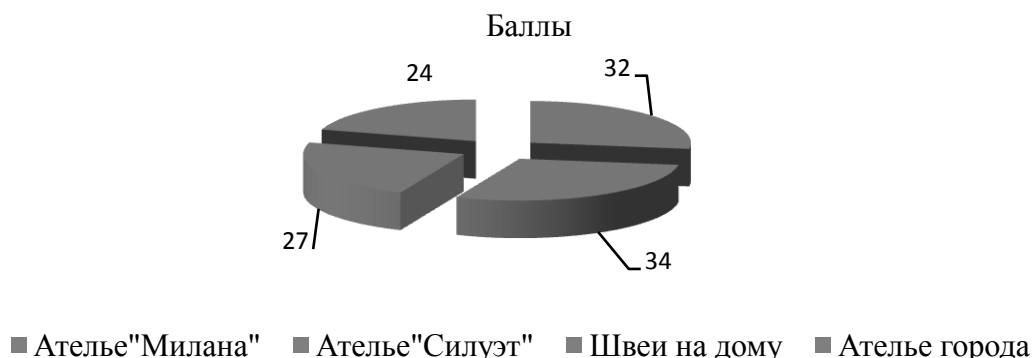


Рисунок 3- Общая сумма баллов

Как видно из таблицы 2 конкурентоспособности и диаграммы, представленной на рисунке 3 общей оценки по пятибалльной шкале, данные для которой были собраны на основе опроса жителей города Юрги и военного городка. Проведенный анализ показывает, что максимальную оценку 34 балла из 35 получает ателье «Силуэт» и является основным конкурентом создаваемого ателье «Милана», так как оно находится в центре района военного городка, где планируется открытие ателье «Милана».

Ателье города на четвертой позиции. Это зависит от местонахождения специалистов по пошиву, репутация и качество предлагаемых услуг различная в большинстве случаев сомнительная, у клиентов нет возможности предъявить претензию по оказанию не качественной услуги.

Также из таблицы наглядно видно, что интерес клиентов необходимо завоевывать. Для этого будут предусматриваться такие меры, как реклама в газетах, на рекламных афишах, средствах массовой информации, социальных сетях интернет и т.д.

Любая идея бизнеса не воплощается в жизнь без проведения хорошей рекламной кампании. Ввиду конкуренции на рынке бытовых услуг не обойтись без применения маркетинговых ходов для привлечения клиентов. Однако это может стать очень затратным, особенно когда уже вложено немало денег в реализацию своего проекта. На сегодня актуальна реклама проводимая с социальных сетях, таких как Fese book, Instagram, ВКонтакте,



Одноклассники, которая не требует дополнительных затрат. Цели такой рекламы направлены на:

- поддержание коммуникации со своими клиентами;
- создание on-line клиентской базы;
- получение нового канала продаж;
- повысить узнаваемость производимых товаров и услуг.

Качественного оборудования, удобного помещения и талантливых мастеров недостаточно для того, чтобы в ателье появилось много посетителей. На этапе открытия ателье основополагающую роль играет психологический комфорт для клиентов. Это и есть наиболее эффективный рекламный ход. Внимание, вежливость, чуткость к клиенту, качественно в срок выполненная работа за разумную цену заставит людей снова и снова обращаться именно в это ателье. А далее, как говорится, сработает «сарафанное радио». Рекомендации друзей, коллег и знакомых намного благотворней оказывают влияние, нежели реклама с плакатов, ТВ и на радио.

Если потребуется сократить расходы на рекламу, можно расклеивать объявления, привлекать людей акциями, интересными сезонными предложениями. Любой предприниматель знает, что мгновенного результата не будет сразу после открытия собственного бизнеса. Однако, терпение и решительные действия на пути к реализации проекта дадут свои плоды, и в скором времени возможно ощутить доход для компенсации затрат, на высокую заработную плату работникам и на дальнейшее развитие. В связи с сложившейся на сегодняшний день тяжелой обстановкой на рынке труда в городе Юрга, швеи которые будут работать в данном ателье в прошлом являются швеями-надомницами, у которых имеется своя определенная клиентская база. Открытие данной организации создаст дополнительные рабочие места, что благоприятно сказывается для предпринимателя.

## 2.2 SWOT-анализ

Выявив и оценив свои слабые и сильные стороны по сравнению с конкурентом, определив возможности и угрозы со стороны внешней среды, организации необходимо провести SWOT-анализ, который объединяет в себе два последних этапа (“S” – strength – сила, “W” – weakness – слабость, “O” – opportunity – возможность, “T” – threat – угроза).

И на основе информации о внешней и внутренней среде необходимо выделить то самое главное, на чем нужно сосредоточить свое внимание в первую очередь. В таблице 2 приведен SWOT-анализ, сильных и слабых сторон зависящих от внутренних и внешних факторов.

Таблица 2 - SWOT-анализ

Внутренний фактор	
Потенциальные внутренние сильные стороны	Потенциальные внутренние слабые стороны
1 Устойчивое и рентабельно работающее предприятие; 2 Четкая система подчинения сотрудников; 3 Хорошее впечатление у покупателей об ателье; 4 Высокая культура обслуживания; 5 Система скидок и постоянные акции; 6 Благоприятный климат в коллективе; 7 Площадь рабочего помещения; 8 Возможность использовать для расширения собственные финансовые источники.	1 В связи с постоянным расширением спектра услуг– недостаточность штата, увеличение нагрузки на каждого сотрудника, снижение эффективности работы; 2 Отсутствие отдела маркетинга; 3 Аренда помещения; 4 Отсутствие бухгалтера.
Внешний фактор	
Потенциальные внешние возможности фирмы	Потенциальные внешние угрозы фирмы
1 Способность обслужить дополнительные группы клиентов и увеличить долю рынка; 2 Ослабление позиций конкурента; 3 Возможность быстрого развития в связи с постоянным спросом; 4 Положительные отклики и хорошие отношения с клиентами.	1 Неблагоприятное изменение курсов иностранных валют; 2 Возможность изменения в политике государства; 3 Появление нового конкурента.

Таким образом, исходя из проведенного SWOT-анализа, необходимо работать над снижением влияния внешних угроз и использованием благоприятных возможностей рынка. Также необходима работа над усилением слабых и сильных сторон ателье.

Используя данную таблицу необходимо учитывать, что возможности и угрозы могут переходить в свою противоположность:

- неиспользованная внешняя возможность может стать внешней угрозой, если ее использует конкурент бизнеса;
- предотвращенная внешняя угроза может создать для организации дополнительную сильную сторону, если конкуренты не устранили эту же угрозу.

### 3 Расчеты и аналитика

#### 3.1 Общая характеристика ателье «Милана»

Ателье «Милана» предполагается открыть в г. Юрга, Кемеровской обл., по улице Тургева 12 военный городок в январе 2017 года. Для этого необходимо арендовать помещение около 40 квадратных метров в жилом доме, которое ранее было переведено в не жилое помещение и сдавалось под магазин, приобрести оборудование и установить внешнюю рекламу. Договор с арендаторами будет заключен сроком на 2 года, по истечению срока договор будет перезаключен.

Ателье планируется открыть на собственные средства в размере 155тыс. рублей.

Ателье будет производить приём заказов и последующий пошив готовой модной одежды, реставрацию и ремонт одежды, а также дополнительно осуществлять продажу различных видов тканей, аксессуаров на первоначальном этапе ассортимент, которого будет не большим, и готовой продукции собственного производства.

Ателье будет работать с 10:00 до 19:00 часов без выходных обеденный перерыв с 14:00 до 15:00. Для работы в ателье, на постоянную работу потребуются закройщик и швеи - модельер. Закройщик универсал должен уметь кроить и легкую, и верхнюю одежду. Швея должна уметь шить, и ремонтировать вещи. Директор может сам принимать заказы, выполнять функции и закройщика, модельера, и при необходимости швеи, заниматься своевременной сдачей бухгалтерской отчетности и начислением заработной платы сотрудникам, поиск и заключение договоров с клиентами. Администратор – получение заказов и работа с клиентами. График работы персонала скользящий, посменно.

Целью создания данного предприятия является более полное насыщение рынка услуг по пошиву и ремонту одежды для удовлетворения потребностей физических лиц и организаций, а также создания дополнительных рабочих мест и получения прибыли.

Несмотря на обилие магазинов модной одежды практически в любом населенном пункте нашей страны, все еще остается огромный контингент людей, которые хотят носить только эксклюзивную, пошитую специально для них одежду.

Настоящий бизнес-план предполагает открытие небольшого ателье «Милана» по ремонту и пошиву одежды, на собственные средства, ориентированного на массового клиента со средним и высоким уровнем доходов.

Организационно-правовая форма организации бизнеса – индивидуальный предприниматель. Обоснованием выбора такой формы ведения бизнеса является то, что конечными потребителями услуг являются в основном частные лица. Следовательно, это поможет сократить налоги и упростит ведение бухгалтерского учёта.

Основными видами деятельности ателье являются: ремонт одежды, пошив постельного белья; пошив штор; пошив одежды (костюмированной); пошив детских игрушек; пошив детской школьной одежды.

#### 1 Ремонт одежды:

- укорачивание/удлинение (брюк, юбок, рукавов и т.д.);
- изменение ширины изделия (подгонка по фигуре);
- ручная и машинная штопка;
- устранение затяжек;
- замена и установка фурнитуры (молнии, пуговицы, кнопки и т.д.);
- восстановление машинных строчек;
- замена подкладки;
- устранение дефектов кроя;
- перекрой и подгонка одежды по фигуре;

- перенос лейблов;
- устранение повреждений - разрывов, порезов;
- укорачивание бретелек;
- перелицовка воротника, манжет
- машинная и ручная штопка
- машинная и ручная вышивка
- работа с меховыми и кожаными изделиями;
- работа с кружевом и тесьмой;
- формирование новых элементов на изделие и многое другое

Пошив постельного белья:

- пошив стандартного постельного белья – полутора и двуспального;
- пошив именного постельного белья (с вышивкой имени по заказу клиента);
- пошив постельного белья ко дню свадьбы;
- пошив постельного белья для новорожденного и для детей более старшего возраста;
- пошив пеленок, конвертов для новорожденных;

2 Работа с меховыми и кожаными изделиями:

- пошив Евро- чехлов для мягкой мебели;
- пошив и переделка верхней одежды.

3 Пошив штор:

- пошив штор для спальни, гостиной, зала, кухни и т.д., составлением индивидуального эскиза по желанию клиента, с бесплатным замером размеров штор.

4 Пошив одежды (костюмированной):

- разработка и пошив костюмов, для детских хореографических школ;
- разработка и пошив одежды, для корпоративных вечеринок.

5 Пошив детских игрушек (рюкзачков) для новогодних подарков.

6 Пошив школьной одежды – блузки, юбки, сарафаны, рубашки, брюки, пиджаки.

Особенной и отличительной чертой ателье «Милана» будет являться пошив костюмированной одежды для детской хореографической школы «Спектр», с которой уже имеется определенная договоренность.

Вспомогательными видами деятельности являются:

- продажа не большого ассортимента видов ткани и аксессуаров.

Основными преимуществами данного вида деятельности являются:

- четко установленный график работы, без выходных;
- возможность клиентам приобрести ткань и аксессуары непосредственно в ателье, а не тратить свое личное время на поездку в город;
- возможность проявить все свои самые лучшие качества и желание работать на себя и свою семью;
- возможность выстроить свою систему скидок для постоянных клиентов тем самым увеличив количество клиентов, а следовательно и объем получаемой прибыли;
- достаточно небольшая сумма первоначальных вложений;
- в будущем планируется расширение производства закупка оборудования для пошива военной атрибутики и пополнение кадрового персонала.

Внимание клиентов привлекают не только яркая вывеска, но и высокое качество обслуживания, а также квалифицированный персонал, занимающий призовые места на конкурсах швейного искусства, которые будут работать в данном ателье.

Состав и график работы раскрыты в таблице 3.

Таблица 3- Состав и график работы ателье

Должность	Количество сотрудников, человек	График работы (понедельник- пятница)	График работы (суббота- воскресенье)
Директор	1	Ненормированный	Ненормированный
Швея – модельер	1	С 10-00 до 19-00	С 11-00 до 15-00
Швея	2	С 10-00 до 19-00	С 11-00 до 15-00
Закройщик	1	С 10-00 до 19-00	С 11-00 до 15-00
Администратор	1	С 10-00 до 19-00	выходной
Итого:	6		

Общее количество сотрудников - 6 человек. График работы скользящий без выходных.

### 3.2 Разработка организационно-производственного, маркетингового и финансового плана проекта.

Для расчета всех необходимых показателей в первую очередь необходимо составить организационно-производственный, маркетинговый и финансовый план.

Основные мероприятия и сроки создания ателье приведены таблице 4.

Таблица 4- Этапы создания ателье

Этапы	Сроки, дней
Регистрация юридического лица	60
Поиск и заключение договора с арендодателем	14
Разработка фирменного стиля	30
Поиск оборудования и мебели, их покупка	7
Доставка и установка оборудования	7
Создание и проведение рекламной компании	21
Запуск ателье	116

Подведя итоги можно сделать вывод, что перед запуском ателье необходимо провести предварительные мероприятия сроком 139 дней т.е. около 4 месяцев.

Основные расходы - это современное оборудование. Минимальный набор оборудования для первоначального открытия швейного ателье: оверлог, швейные машины, закройный стол, гладильная доска, утюг, манекен, фурнитура, стол администратора, стол директора, мебель. В основном ателье работают на специализированном промышленном оборудовании, но цены на него значительно выше. На первое время вполне можно обойтись и традиционными бытовыми швейными машинами. Более того, они, в отличие



от специализированной техники, позволяют делать несколько вариантов строчек. Также для работы потребуются вспомогательные инструменты (ножницы, метр, лекала, иглы, сантиметры, лампы, шпульки) и расходные материалы (нитки, дублерин, молнии, плечевые накладки).

Затраты на закупку основного оборудования, которое необходимо приобрести, представим в таблице 5.

Таблица 5- Затраты начального периода на оборудование

Наименование оборудования	Цена, рублей	Количество, штук	Стоимость, рублей
Оверлог	17000	1	17000
Швейная машина	8000	3	24000
Закройный стол	7000	1	7000
Гладильная доска	500	1	500
Утюг	1000	1	1000
Манекен	200	1	200
Шкаф	10000	1	10000
Стул	800	4	3200
Кресло	1500	2	3000
Стол	2000	2	4000
Компьютер	20000	1	20000
Зеркало	1000	1	1000
Вспомогательные инструменты	10000	1	10000
Итого	79000	20	100900

Таким образом затраты на оборудование для начального этапа открытия ателье составляют 100,9 тыс.руб.

Затраты на материалы для начального этапа открытия ателье составляют 16 тыс.рублей в месяц. Расходы на материалы в первый месяц работы ателье, представим в таблице 6.

Таблица 6- Расходы на материалы

Наименование оборудования	Стоимость, рублей
Аксессуары	5000
Ткань	10000
Расходный материал	5000
Прочие расходы	500
Итого	16000

Основная цель первичной рекламной компании – знакомство потенциальных клиентов с новым ателье, информация об предоставляемых услугах. Далее с помощью маркетинговой активности необходимо поддерживать интерес среди потенциальных и реальных клиентов к объекту и стимулировать к переходу в группу постоянных клиентов.

Логично, что наиболее эффективные каналы продвижения и рекламы для данного проекта – наружная и интернет реклама. К наружной рекламе будет использована яркая и разумных размеров вывеска, она обладает широким охватом знакомства жителей военного городка. Наружная реклама не ограничивается размещение рекламы на щитах, это могут быть рекламные афиши, расположенные на остановках общественного транспорта, близи мест большого скопления представителей целевой аудитории.

Перед запуском проекта необходимо проинформировать потенциальных клиентов об открытии нового ателье. Для решения данной задачи рекомендуется использовать размещение полной информации об объекте на специализированных форумах и группах социальных сетей таких как Fesce book, Instagram, ВКонтакте, Одноклассники, которая не требует дополнительных затрат на размещение. Важно, что бы реклама создаваемого ателье работала с отзывами в социальных сетях. Не только качественно предоставляла услуги, но также и делала все, что бы об этом было известно людям. Поэтому, важно не только создать группу в социальных сетях и поддерживать ее, но также следить за репутацией в сети Интернет. Данный метод не только ознакомит потенциальных посетителей объекта, но и в будущем будет стимулировать к его посещению.

Для достижения результата необходимо помнить, что рекламное продвижение объекта должно носить регулярный характер. Возможно, привлечь клиентов разовой акцией, но основная задача – не просто привлечь, а сделать их постоянными клиентами. Для этого необходимо поддерживать высокий уровень обслуживания при работе с клиентами.

Рекомендация знакомых – это самый эффективный способ рекламы, который не требует вложения со стороны заказчика, ее невозможно купить, можно лишь стимулировать при помощи общих усилий персонала.

В итоге в целях обеспечения запланированного уровня спроса на услуги ателье планируется осуществление следующих маркетинговых мероприятий:

1 Для информационной поддержки открытия нового ателье планируется проведение комплексной рекламной кампании, направленной на привлечение целевых клиентов.

2 Для поддержания усилий, направленных на привлечение новых клиентов, планируется проведение на постоянной основе комплекса поддерживающих спрос мероприятий.

3 В качестве мер стимулирующего характера планируется проведение приуроченных к определенным датам и действующих ограниченное время рекламных акций.

4 Создание и размещение видео - ролика о деятельности ателье.

Бюджет рекламного проекта составит 20тыс. рублей в первый месяц, в последующие периоды затраты на рекламу будут уменьшены и составлять 15 тыс. рублей в месяц. Стоимость затрат на проведение рекламной компании рассмотрена в таблице 7.

Таблица 7 - Затраты на проведение рекламной компании

Мероприятия	Стоимость одного заказа, рублей	Количество заказов	Затраты первого месяца деятельности, рублей	Затраты последующих периодов, рублей
Вывеска	3000	1	3000	0
Рекламные афиши	100	20	2000	0
Видео- ролик	15000	1	15000	15000
ЮГС, Fese book, Instagram, ВКонтакте, Одноклассники	0	0	0	0
Итого			20000	15000

Для открытия ателье необходимо арендовать помещение около 40 квадратных метров в жилом доме. Договор с арендаторами будет заключен сроком на 2 года, по истечению срока договор будет перезаключен.

Таблица 8- Затраты на аренду помещения и коммунальные платежи

Вид платежей	Затраты в месяц, рублей	Затраты в год, рублей
Аренда помещения	16000	192000
Коммунальные платежи	1500	18000

В месяц затраты на аренду помещения и плату коммунальных платежей потребуется выплачивать 17,5 тыс. руб. в месяц и 210 тыс. руб. в год

Таблица 9- Затраты начального периода

Показатели	Месяц
Оборотные средства	100900
Затраты на материалы	16000
Реклама	20000
Аренда помещения	16000
Коммунальные платежи	1500
Итого	154400

Все затраты планируемые для открытия ателье составят 154,4 тыс. рублей.

Заработная плата работникам ателье будет начисляться в последний день месяца. Аванс и заработная плата будет перечисляться в сроки согласно принятой в организации учетной политики. Налоги по заработной плате и страховые взносы перечисляются в установленные законодательством сроки.

Согласно Трудового Кодекса Российской федерации минимальный размер оплаты труда не может быть ниже величины трудоспособного населения. В трудовых договорах работников ателье будет установлена форма оплаты труда, в виде оклада начисленная пропорционально отработанному времени.

Ежемесячный фонд оплаты труда - это денежные средства предприятия, затраченные в течение конкретного периода времени на:

- заработную плату,
- премиальные выплаты,
- различные доплаты работникам.

Размер заработной платы и оклады приведены в таблице 10.

Таблица 10 - Расчет заработной платы и отчислений

Персонал	Количество сотрудников	Оклад в месяц, рублей	Заработная плата в месяц, рублей	Отчисления от заработной платы, рублей	Общая сумма платежей в месяц, рублей	Затраты в год, рублей
Директор	1	16450	23500	7285	30785	369420
Швея – модельер	1	12740	18200	5642	23842	286104
Швея	2	11410	32600	10106	42706	512472
Закройщик	1	12460	17800	5518	23318	279816
Администратор	1	8770	12300	3813	16113	193356
Итого	6	61830	104400	32364	136764	1641168

Как видно из таблицы 10 заработная плата при полной занятости персонала очень достойная. Фонд оплаты труда в месяц составляет 136764 рубля.

На ГСМ в летнее время – в месяц расходуется примерно 3 тыс.руб., в холодный период времени в месяц необходимо примерно 4 тыс.руб., таким

образом на ГСМ будет затрачено примерно  $3*6\text{мес} + 4*6\text{мес} = 42$  тыс.руб. в год.

В итоге рассчитав в результате исследования издержки, необходимо собрать их в единую таблицу 11.

Таблица 11 – Расходы

Показатели	Месяц	1 год
Оборотные средства	100900	100900
Затраты на материалы	16000	192000
Реклама	20000	185000
Аренда помещения	16000	19200
Коммунальные платежи	1500	18000
ГСМ	4000	42000
ФОТ	104400	1252800
Страховые взносы (нагрузка на предпринимателя - 31%)	32364	388368
Итого	319764	2198268

Планируемый план объема предоставления услуг по квартально, за первый год деятельности приведено в приложении Б.

Планируемый план предоставления услуг (производства) в количественном выражении на год представлены в таблице 12.

Таблица 12 – Стоимость, объемы и виды оказываемых услуг

Перечень услуг	Цена за ед.	Объем в месяц	Всего ед. за первый год
Укорачивание/удлинение (брюк, юбок, рукавов)	200	40	480
Ручная и машинная штопка	200	10	120
Замена и установка фурнитуры	300	8	96
Замена подкладки	450	10	120
Работа с меховыми и кожаными изделиями	5500	5	45
Пошив постельного белья – 1,5	1250	20	240
Пошив конвертов для новорожденных	2100	5	60
Пошив пеленок	150	33	396
Пошив штор	1300	10	120
Пошив костюмированной одежды	2000	30	360

Продолжение таблицы 12			
Пошив детских игрушек	500	60	360
Пошив школьной одежды	1200	20	100
Перекрой и подгонка по фигуре	500	10	120
Пошив одежды	1000	20	240
Пошив постельного белья – 2, евро	1500	15	180
Пошив полотенца	50	200	3000
Итого	18200	486	5677

Цена на предоставляемые услуги может корректироваться в зависимости от сложности изготовления изделия и по необходимости затрат на материал и аксессуаров. Поэтому к каждому клиенту предусмотрен индивидуальный подход.

Предполагается, что в среднем на пошив любой сложности одежды будет затрачено в около 1 час (без учета времени на ремонт одежды). Получается ателье сможет, обслужить около 16 клиентов в день. Итого 486 клиентов в месяц, так как график работы ателье без выходных.

Исходя из данных численности персонала и его квалификации планируемый объем предоставления услуг в стоимостном выражении на год представлены в таблице 13.

Таблица 13 – Планируемый объем предоставления услуг в рублях

Перечень услуг	1 квартал	2 квартал	3 квартал	4 квартал	Всего за первый год
Укорачивание/удлинение (брюк, юбок, рукавов)	24000	24000	24000	24000	96000
Ручная и машинная штопка	6000	6000	6000	6000	24000
Замена и установка фурнитуры	6000	7500	7500	7800	28800
Замена подкладки	13500	13500	13500	13500	54000
Работа с меховыми и кожаными изделиями	82500	82500	0	82500	247500
Пошив постельного белья – 1,5	50000	75000	87500	87500	300000
Пошив конвертов для новорожденных	31500	21000	31500	42000	126000

Продолжение таблицы 13					
Пошив пеленок	14850	14850	14850	14850	59400
Пошив штор	39000	39000	39000	39000	156000
Пошив костюмированной одежды	180000	180000	180000	180000	720000
Пошив детских игрушек	0	0	90000	90000	180000
Пошив школьной одежды	0	0	72000	48000	120000
Перекрой и подгонка по фигуре	15000	15000	15000	15000	60000
Пошив одежды	55000	60000	65000	60000	240000
Пошив постельного белья – 2, евро	67000	68000	67000	68000	270000
Пошив полотенца	30000	30000	45000	45000	150000
Итого	614350	636350	757850	823150	2831700

Законодательством предусмотрены для малых предприятий весьма существенные налоговые льготы. Используя их, можно значительно сократить налоговое бремя. Одной из таких льгот является возможность использовать специальный налоговый режим – УСН.

Существует два режима работы по УСН:

- 6% от доходов;
- 15% от доходов, уменьшенных на величину расходов.

В нашем случае наиболее выгодно принять второй режим, а именно 15% от доходов, уменьшенных на величину расходов.

При этом сумма налога (авансовых платежей по налогу) будет уменьшена на сумму в 50 процентов, если сумма на уплаченные страховые взносы в Пенсионный фонд Российской Федерации и Федеральный фонд обязательного медицинского страхования не превышает суммы налога.

Таблица 14 показывает что, выбранная форма УСН 15% от доходов, уменьшенных на величину расходов наиболее приемлема т.к. выплаты за год будут составлять 68178,6 рублей, а при форме 6% от доходов выплаты за год будут составлять 169902 рубля, что на 101723,4 рублей больше.



Таблица 14 – Расчет налога, в руб.

Показатель	За первый год
Доходы от реализации	2831700
Расходы	2371068
Прибыль	460632
УСН (15%)	68178,6
Чистая прибыль	392453,4

Движение денежных средств финансовой деятельности организации ежемесячно за первый год приведено в приложении В.

Итоги финансового результата за шестой месяц деятельности и итоговые показатели за год можно рассмотреть в таблице 15.

Таблица 15 – Финансовый результат деятельности

Показатели	За 6 месяцев, руб.	1 год, руб.
Выручка	11736	460632
Переменные издержки	119780,2	396078,6
оборотные средства	100900	100900
налоги	880,2	68178,6
реклама	15000	185000
ГСМ	3000	42000
Постоянные издержки, в т.ч.	33500	402000
материалы	16000	192000
коммунальные платежи	1500	18000
аренда	16000	192000
ФОТ	136764	1641168
Страховые взносы (нагрузка на предпринимателя - 31%)	32364	388368
Расходы итого	322408,2	2827614,6
Итого чистая прибыль	10855,8	392453,4

#### 4 Результаты проведенного исследования

В результате проведенных исследований было выявлено, что первоначальные затраты на создание и открытие ателье составили 154,4 тыс. руб. ~ 150 тыс. руб.

Применяемые методы исследования в работе:

- рассмотрены теоретические аспекты разработки бизнес – плана, путем изучения литературы;

- методы проведения маркетингового анализа, путем сбора и анализа информации по состоянию рынка по предоставлению швейных услуг в городе Юрга и района военного городка, SWOT – анализ;

- метод разработки организационно – производственного плана;

- метод разработки финансового плана;

- методы оценки экономической эффективности проекта.

Полученные показатели эффективности реализации проекта:

- чистый приведенный доход, NPV при ставке дисконтирования 13% составляет 496,5 тыс. руб.;

- внутренняя норма рентабельности, IRR - 15% годовых;

- срок окупаемости – 4,5 месяца;

- индекс прибыльности – 2,51.

Результаты выполнения работы: возможность использования бизнес-плана для открытия ателье в городе Юрга.

Целью проекта является: разработка бизнес-плана создания ателье «Милана».

Создание данного предприятия приведет к более полному насыщению рынка услуг по пошиву и ремонту одежды для удовлетворения потребностей физических лиц и организаций, а также создания дополнительных рабочих мест и получения прибыли.

Открытие ателье планируется на январь 2017 года.

В ходе предпроектных работ проведены следующие мероприятия:

- анализ рынка по предоставлению услуг по пошиву и ремонту одежды в г. Юрге и района военного городка.

- рассчитана эффективность проекта и срок окупаемости.

Успех проекта обуславливается следующими факторами:

- нехватка организаций предоставляющие услуги по пошиву и ремонту одежды в районе военного городка, где непосредственно планируется открытие ателье.

Ателье планируется открыть на собственные средства в размере 154,4тыс. рублей.

Прибыль предприятия будет направлена на:

- рекламную компанию;

- возможность выстроить свою систему скидок для постоянных клиентов тем самым увеличить количество клиентов, а следовательно и объем получаемой прибыли;

- расширение производства, закупка оборудования для пошива военной атрибутики и пополнение кадрового персонала.

Ежегодно планируется увеличение заказов в среднем на 20%. При этом расходы будут сокращаться на 622,2 рубля. Динамику расходов будущих периодов на 2017-2018 год, можно наблюдать в таблице 16.

Таблица 16 - Динамика расходов

Показатели	2017 г., руб.	2018 г., руб.
Переменные издержки	327900	272000
оборотные средства	100900	33000
реклама	185000	185000
ГСМ	42000	54000
Постоянные издержки, в т.ч.	402000	421200
материалы	192000	211200
коммунальные платежи	18000	18000
аренда	192000	192000
ФОТ	1641168	1641168
Страховые взносы (нагрузка на предпринимателя - 31%)	388368	388368
Расходы итого	2371068	2334368

Налогообложение учтено в соответствии с федеральным, региональным и местным законодательствами.

Без учета налоговых льгот планируется выплачивать следующие налоги:

-15% от доходов, уменьшенных на величину расходов

Основные показатели налогообложения приведены в таблице 17.

Таблица 17– Налоги, руб.

Показатели	2017 г	2018 г
Выручка от реализации	2831700	3398040
Расходы	2439246,6	2439868,8
УСН (15%)	58868,01	159550,8

Результаты финансовой деятельности характеризуются обобщенными показателями, приведенными в таблице 18.

Таблица 18 - Основные показатели финансовой деятельности, руб.

Показатели	2017 г	2018 г
Выручка от реализации	2831700	3398040
Расходы	2371068	2334368
Прибыль отчетного периода	460632	1063672
УСН (15%)	69094,8	159550,8
Чистая прибыль	392453,4	904121,2

Более наглядно основные показатели финансовой деятельности показаны на рисунке 4

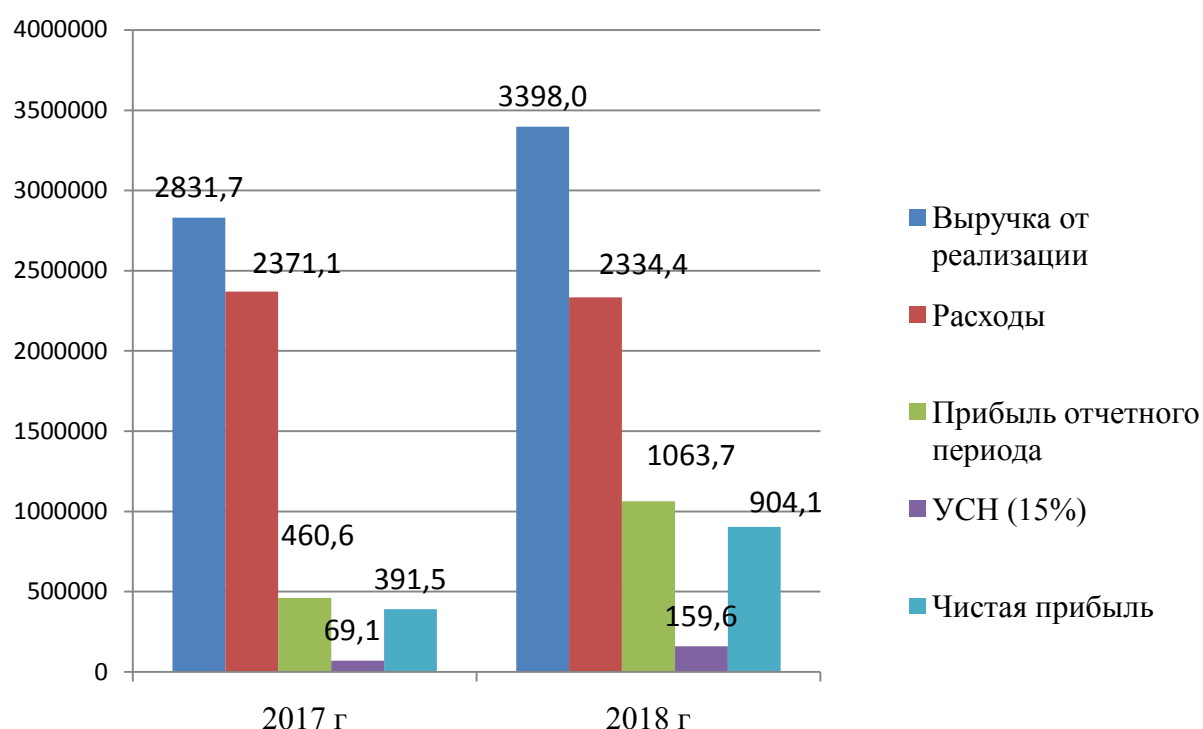


Рисунок 4- Основные показатели финансовой деятельности, тыс.руб.

Основными критериями оценки инвестиционных проектов являются доходность, рентабельность и окупаемость. В зарубежной практике для оценки эффективности инвестиционных проектов используются следующие методы:

Без учета дисконтирования:

- срок окупаемости проекта (РВ);
- индекс прибыльности(PI).

С учетом дисконтирования:

- дисконтированный период окупаемости (DPB);

- чистый дисконтированный доход (NPV);
- внутренняя норма рентабельности инвестиций (IRR);
- средняя норма рентабельности (ARR).

Дисконтирование денежных потоков — это приведение стоимости потоков платежей, выполненных в разные моменты времени, к стоимости на текущий момент времени. Дисконтирование отражает тот экономический факт, что сумма денег, которой мы располагаем в настоящий момент, имеет большую реальную стоимость, чем равная ей сумма, которая появится в будущем. Это обусловлено несколькими причинами, например:

- имеющаяся сумма может принести прибыль, например, будучи положена на депозит в банке;
- покупательная способность имеющейся суммы будет уменьшаться из-за инфляции;
- всегда есть риск неполучения предполагаемой суммы.

Инвестиционные решения должны быть эффективными и финансово состоятельными, поэтому подлежат обязательной оценке с этой точки зрения. Для определения эффективности инвестиционных затрат их необходимо оценить с точки зрения доходности. Эффективность принятия инвестиционного решения определяют, используя статистические методы и методы дисконтирования [25, с. 5].

Статистические методы основываются на допущении равной значимости доходов и расходов по проекту, полученных в различные промежутки времени. Наиболее популярными являются, расчет простой нормы прибыли и расчет срока окупаемости.

Норма прибыли определяется как отношение чистой прибыли по проекту за анализируемый период времени к совокупным капитальным затратам (инвестициям). Срок окупаемости формулируют как число лет, за которые полученная прибыль по проекту и амортизационные отчисления покроют произведенные капитальные затраты. Несовершенство статистических методов заключается в допущении равной значимости

доходов и расходов, которые относятся к различным промежуткам времени [5].

$$PB = I/CF, \quad (1)$$

где: PB - срок окупаемости проекта;

- I - объем инвестиций в развитие проекта;

- CF - среднегодовая стоимость денежных поступлений от реализации проекта.

Среднегодовая прибыль за 2 года:  $(392453,4 + 904121,2)/2 = 648287,3$  тыс.руб.

$PB = 154400/648287,3 = 0,36$  года, т. е. 4,5 месяца.

Дисконтируемый срок окупаемости аналогичен простому периоду окупаемости, но с учетом дисконтирования чистого денежного потока:

$$DPP = \sum_{t=1}^n \frac{CF_t}{(1+r)^t} \geq I_0, \quad (2)$$

где: n - число периодов;

-  $CF_t$  - приток денежных средств в период t;

- r - барьерная ставка (коэффициент дисконтирования);

-  $I_0$  - величина исходных инвестиций в нулевой период.

0,13 - дисконтируемый показатель, который равен инфляции, на конец 2015 года.

$DPB = 648287,3 / (1+0,13) = 573705,6$  - что больше суммы инвестиций. Это означает, что возмещение первоначальных расходов произойдет раньше, чем за 1 год.

Дисконтированный срок окупаемости будет равен:

$$154400 / 573705,6 = 0,38$$

Рассмотрим использование метода чистый дисконтированный доход. Чистый дисконтированный доход (англ. аббревиатура NPV от net present value) представляет собой разницу приведенных (дисконтированных) поступлений и расходов за конкретный промежуток времени:

$$NPV = \sum_{t=0}^T \frac{P(t)}{(1+d)^t}, \quad (3)$$

где:  $t$  - годы реализации инвестиционного проекта ( $t = 1, 2, 3, \dots, T$ );

-  $P(t)$  - чистый поток платежей (наличности) в году  $t$ ;

-  $d$  - ставка дисконтирования.

Если  $NPV > 0$ , то проект должен быть прибыльным. Если  $NPV < 0$ , то не стоит за него браться. [5, с. 15]

$NPV = -154400 + 392453,4/(1+0.13) + 904121,2/(1+0.13) = -154400 + 347303,89 + 800107,25 = 993011,1 = 496505,55$  тыс.руб. при ставке дисконтирования 13%.

В данном случае  $NPV > 0$ .

$NPV = -154400 + 392453,4/(1+0.25) + 904121,2/(1+0.25) = -154400 + 313962,72 + 723299,96 = 739259,6 = 369627,8$  тыс.руб. при ставке дисконтирования 25%.

Индекс прибыльности (ProfitabilityIndex, PI) рассчитывается по следующей формуле:

$$PI = \frac{\sum_{i=1}^N \frac{NCF_i}{(1+r)^i}}{Inv} \quad (4)$$

где:  $NCF_i$  - чистый денежный поток для  $i$ -го периода;

$Inv$  - начальные инвестиции;

$r$  - ставка дисконтирования (стоимость капитала, привлеченного для инвестиционного проекта).



$$PI = 496505,55 / (1,13)^2 / 154400 = 2,51$$

Длительность показывает средний период времени до момента, когда проект начнет давать прибыль  $154400 / 573705,6 = 0,38 = 4,5$  месяца.

Рентабельность проекта IRR рассчитывается как частное от деления валовой прибыли на валовые расходы. Обычно, средне допустимая норма показателя рентабельности производства продукции колеблется в пределах от 5-15%.

$$IRR = r1 + NPV1 : (NPV1 - NPV2) \times (r2 - r1), \quad (5)$$

где: NPV- чистый дисконтированный доход, с изменяющимися ставками дисконтирования;

- r- ставка дисконтирования.

$$IRR = 13 + 496505,55 / (496505,55 - 3696279,8) \times (25 - 13) = 15\%$$

Все интегральные показатели эффективности проекта представлены в таблице 19.

Таблица 19 - Интегральные показатели эффективности проекта

Показатель	Значение
Чистый денежных поток	573705,6
Ставка дисконтирования. (13%) – официальная инфляция	13
Период окупаемости, (месяцев)	4,5
Дисконтированный период окупаемости, (месяцев)	4,5
Чистый приведенный доход, тыс.руб.	496505,55
Индекс прибыльности	2,51
Длительность, (месяцев)	4

Устойчивость проекта к возможным колебаниям объема выпуска и продаж производимой продукции характеризуется точкой безубыточности. Она показывает, до какого уровня может быть снижен объем выпуска продукции по сравнению с предусмотренной в проекте, чтобы предприятие работало без убытков (полные текущие издержки производства не должны превышать текущие доходы от реализации продукции).

Точка безубыточности — минимальный объем производства и реализации продукции, при котором расходы равны доходам. Точку

безубыточности можно определить в единицах продукции, в денежном выражении или с учётом ожидаемого размера прибыли.

В однопродуктовом варианте непосредственно выводится значение точки безубыточности, в данном случае для определения точки безубыточности примем стоимость услуги укорачивание брюк – 220руб.

Примем переменные расходы для укорачивание брюк 1/3 стоимости, т.е. 73 руб.

Формула расчета точки безубыточности в стоимостном выражении:

$$Тбд = V * Z_{\text{пост}} / (V - Z_{\text{пер}}) \quad (6)$$

$$Тбд = 220 * 402000 / (220 - 73) = 601632,65 \text{ руб.}$$

Что бы достичь точки безубыточности в стоимостном выражении необходимо придерживаться получившейся суммы.

Проведем анализ чувствительности реализуемого проекта на изменение основных входных параметров проекта. Рассмотрим изменение следующих показателей в диапазоне от 10% до +50% с шагом изменений 10%:

- цена сбыта;
- постоянные издержки;
- переменные издержки;
- объем сбыта.

Показатель чувствительности проекта представляет собой отношение процентного изменения выбранного показателя эффективности (относительно его базового значения) к изменению на один процент значения воздействующего фактора.

Чувствительность проекта рассмотрен на востребованной услуге укорачивание брюк – 220руб. Анализ чувствительности проекта представлен в таблице 20.

Таблица 20 - Анализ чувствительности проекта

Показатель	Базовая цена	10%	20%	30%	40%	50%
Цена сбыта	220	242	264	286	308	330
Постоянные издержки	402000	442000	482400	522600	562800	603000
Переменные издержки	327900	360690	393480	426270	459060	491850
Объем сбыта	5677,8	6244,78	5677,8	5110,02	4542,24	3974,5

Как видно из таблицы при увеличении цены стоимости услуги на 30%, объем сбыта (количество посетителей) уменьшиться на 20-25%, а при увеличении на 50%, уменьшиться и количество посетителей на 50% - потому, что базовая цена анализируемой услуги рассчитана исходя из средней стоимости минус 20%. Это может привести к снижению прибыли, а так же качества предоставляемой услуге.

Указанные риски объективно воспринимаются инициатором проекта, основной задачей ставится минимизация их воздействия за счет эффективного менеджмента, грамотного построения кадровой политики и постоянного качественного повышения квалификации кадрового состава.

Операционные риски реального инвестирования, которые могут быть связаны со следующими факторами:

- выбор не добросовестного арендодателя (от данного риска можно застраховаться заключив договор об аренде, в котором прописывается размер оплаты и сроки аренды;
- не хватка оборотные средств;
- увеличение конкурентов;
- вводимые специальные налоговые режимы для предприятий малого и среднего бизнеса, увеличение налоговой нагрузки на бизнес.

Проведенные направления внутреннего управления рисками должны сочетаться при внедрении с планированием оптимально эффективной

инвестиционной стратегии и политики организации. Наилучшим вариантом управления рисками, как правило, является сочетание сразу нескольких методов, которые применяются до тех пор, пока затраты на их применение не начнут превышать отдачу.

Реализация данного проекта является эффективным вложением финансовых средств. Принятая организационно-финансовая схема обеспечивает эффективную реализацию проекта и его стабильное финансовое состояние. Период окупаемости ателье – 3 месяца.

Проект является устойчивым к возможным колебаниям объема и цен реализации продукции, уровню издержек и инфляции. Реализация проекта обеспечивает устойчивую прибыль.

## 6 Социальная ответственность

### 6.1 Описание рабочего места

Объектом исследования является рабочий кабинет директора ателье «Милана», где в работе используется компьютер, принтер, бумажные документы.

Помещение, в котором находятся рабочее место работника, имеет следующие характеристики:

- длина помещения (А): 4м;
- ширина помещения (В): 3 м;
- высота помещения (Н): 3 м;
- число окон: 1 (размер 2х2,5 м);
- число рабочих мест: 1.

Потолок помещения побелен в белый цвет, стены окрашены краской светло-зеленого цвета.

Вид выполняемых работ: периодическая работа с персональным компьютером. В помещении имеется 1 рабочее место, оснащенное компьютером, прошедшее аттестацию по международному стандарту ТСО'99, которое являются источниками электромагнитных полей.

В рабочем помещении используется комбинированная система освещения это естественное освещение (создаваемое прямыми солнечными лучами, через окно) и искусственное освещение, которое обеспечивается

люминесцентными лампами ЛД (белого цвета) мощностью 80 Вт каждая, установленные в количестве 2 штук в светильник типа ШОД. Помещение характеризуется как объект с малым выделением пыли.

В помещении существует естественная вентиляция при помощи форточек и вентиляционных каналов. Отопление осуществляется посредством системы центрального водяного отопления.

Параметры микроклимата:

- относительная влажность – в холодный период 40 – 60 %,
- в теплый период 40 – 60 %;
- температура воздуха – в холодный период 21 – 23°C,
- в теплый период 23 – 25°C;
- скорость движения воздуха 0,1 м/с;
- уровень шума менее 50дБ.

Помещение оборудовано вентиляцией. В помещении находится два огнетушителя типа ОУ-5 (углекислотный огнетушитель).

Работа непосредственно связана с компьютером, а соответственно с дополнительным вредным воздействием целой группы факторов, что существенно снижает производительность их труда. К таким факторам можно отнести:

- недостаточная освещенность рабочего места;
- ненормативные условия микроклимата;
- воздействия шума;
- воздействие электромагнитных полей и излучений и другое вредное влияние компьютера;
- воздействие электрического тока вследствие неисправности аппаратуры;
- нерациональное расположение оборудования и неправильная эргономическая организация рабочего места;

- пожароопасность;
- землетрясения;

Каждый из этих факторов (в разной степени) отрицательно воздействует на здоровье и самочувствие человека.

## 6.2 Анализ выявленных вредных факторов проектируемой производственной среды

Основными вредными факторами являются: ненормированное освещение, ненормированные параметры микроклимата, психофизиологические (продолжительная работа с дисплеями, работа в неудобной позе), нервно-психические перегрузки (умственное перенапряжение, перенапряжение анализаторов, монотонность труда, эмоциональные перегрузки), чрезмерный шум, электромагнитные поля и излучения.

Безусловно, работа за компьютером является напряженным трудом - в первую очередь страдают глаза. Важно понимать, что вредное воздействие на глаза зависит не от наличия каких-либо излучений, а от необходимости постоянного напряжения при считывании информации с экрана монитора. Последний является источником света, при непрерывном воздействии которого происходит быстрое утомление (особенно если установлена слишком высокая яркость свечения монитора). Раздражение глаз также вызывает мерцание изображения на мониторе, вызванное низкой частотой кадровой развертки. Чтобы уменьшить это воздействие, рекомендуется установить частоты кадров 75 Гц для ЭЛТ-мониторов и 60 Гц для ЖК-мониторов.

В нашей стране обеспечение безопасности и охраны труда при работе за компьютером регулируется Санитарными правилами и нормами «Гигиенические требования к персональным электронно-вычислительным машинам и организации работы» (далее СанПиН 2.2.2/2.4.1340-03).

Работая за компьютером ежедневно, сотрудник подвергается воздействию множества факторов, которые могут быть опасными и вредными для его здоровья.

Напряженность труда связана еще и с тем, что зачастую приходится выполнять одни те же действия, работать с одними и теми же программами. Это вызывает чувство монотонности, влияющее на психическое состояние человека. Накапливается усталость, возникает вялость, теряется внимание, появляются ошибки. Однако сильные умственные перегрузки и постоянная смена заданий в процессе трудового дня тоже способны вызвать эмоциональное перенапряжение. То есть появление рабочих компьютеров хоть и ускорило многие производственные процессы, уменьшило трудоемкость решения задач, но вовсе не сделало труд безопасным и легким.

Работающее офисное оборудование, телефонные переговоры, обсуждение задач создают особенный шумовой фон - беспорядочное сочетание звуков различной частоты и интенсивности. При длительном воздействии такого шума у человека снижается острота слуха и зрения, ухудшается деятельность органов дыхания, ослабляется память [11].

От температуры, чистоты, свежести воздуха в рабочем кабинете напрямую зависит здоровье, а значит, работоспособность человека. Например, длительное нахождение в помещении с застоявшимся воздухом, насыщенным углекислым газом (а тем более различными вредными примесями), приводит к заболеваниям дыхательных путей, легких, снижению остроты зрения, слуха, головным болям.



Работа популярных сегодня лазерных принтеров существенно влияет на параметры воздуха в помещении. Во время распечатывания документов в воздухе повышается содержание озона, оксида азота, оксида углерода, а также возможно выделение других вредных химических веществ. Так что необходимо способствовать постоянному воздухообмену в помещении (самым простым и не затратным методом является естественная вентиляция).

### 6.3 Анализ выявленных опасных факторов проектируемой производственной среды

Для данного помещения наиболее рациональна система общего равномерного освещения, которая применяется для тех помещений, где работа производится на всей площади, и нет необходимости в лучшем освещении отдельных участков. В качестве источников света рационально использовать люминесцентные лампы, так как они имеют ряд преимуществ перед лампами накаливания: их спектр ближе к естественному, они имеют большую экономичность (больше светоотдача) и срок службы (в 10-12 раз больше, чем лампы накаливания). Тип светильников для люминесцентных ламп - двухламповый светильник типа ШОД, т. к. он предназначен для освещения в нормальных помещениях, а параметры микроклимата нашего помещения по ГОСТ 30494-96 «Параметры микроклимата в помещениях» соответствуют категории «нормального помещения».

Нормами для данных работ установлена необходимая освещённость рабочего места  $E=300$  лк (так как в помещении выполняется работа очень высокой точности: разряд зрительной работы - II, под разряд зрительной работы - Г, фон - светлый, контраст объекта с фоном - большой).

Расчёт системы освещения производится методом коэффициента использования светового потока, который выражается отношением светового

потока, падающего на расчётную поверхность, к суммарному потоку всех ламп. Его величина зависит от характеристик светильника, размеров помещения, окраски стен и потолка, характеризуемой коэффициентами отражения стен и потолка.

Основные характеристики используемого осветительного оборудования и рабочего помещения:

- тип светильника - двухламповый светильник типа ШОД;
- наименьшая высота подвеса ламп над полом -  $h_2=3,0$  м;
- высота рабочей поверхности -  $h_1=0,8$  м;
- нормируемая освещенность рабочей поверхности  $E=300$  лк для общего освещения;
- длина  $A = 4$  м, ширина  $B = 3$  м, высота  $H = 3,0$  м.
- коэффициент запаса для помещений с малым выделением пыли  $k=1,5$ ;
- коэффициент отражения стен  $\rho_c=50\%$  (0,5);
- коэффициент отражения потолка  $\rho_{\pi}=70\%$  (0,7) - потолок побеленный.

Произведем размещение осветительных приборов. Используя соотношение для выгоднейшего расстояния между светильниками

$$\lambda=L/h, \quad (7)$$

где:  $\lambda$  - расположение светильников,  $L$  - расстояние между светильниками,  $h$  - высота подвеса светильников над рабочей поверхностью. Высота  $h$  равна разности между наименьшей высотой подвеса ламп над полом ( $h_2$ ) и высотой рабочей поверхности ( $h_1$ ), то есть  $h = h_2 - h_1 = 3,0 - 0,8 = 2,2$  м. Тогда  $\lambda$  принимаем 1,2 (для светильников с защитной решеткой). Следовательно,  $L = \lambda * h = 1,2 * 2,2 = 2,64$  м. Расстояние от стен помещения до крайних светильников  $L/3 = 2,64/3 = 0,88$  м.

Исходя из размеров помещения ( $A=4$  м и  $B=3$  м), размеров светильников типа ШОД ( $A=1,531$  м,  $B=0,266$  м) и расстояния между ними, определяем, что всего светильников должно быть 2.

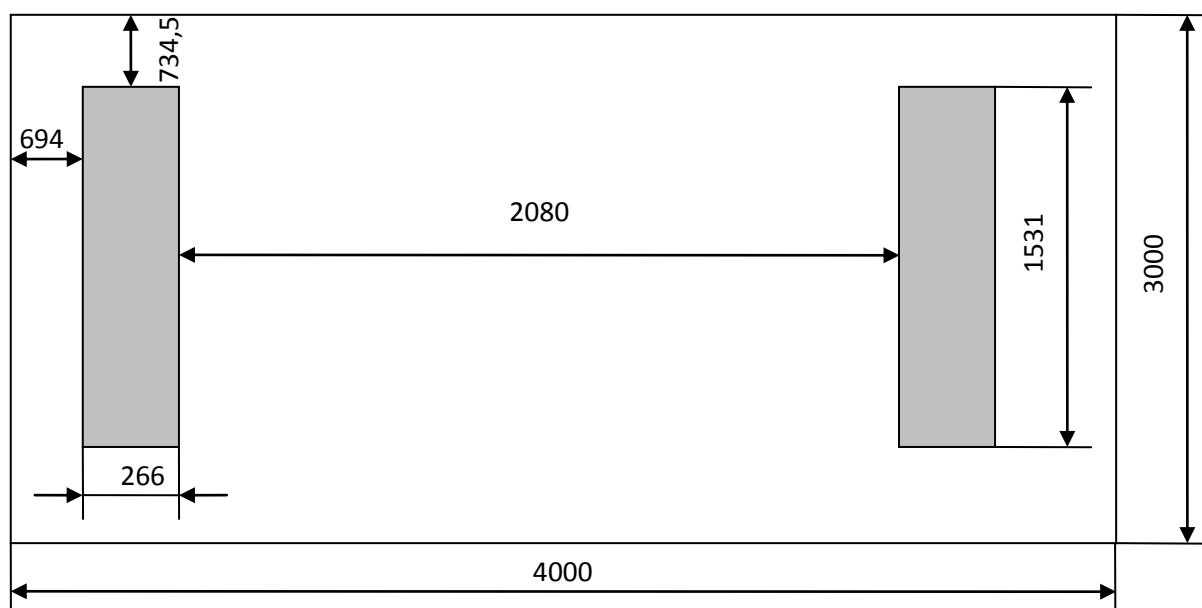


Рисунок 5- Схема расположения светильников

Необходимо рассчитать осветительную установку. Расчет будем производить всего равномерного искусственного освещения горизонтальной рабочей поверхности с помощью метода коэффициента использования светового потока. Величина светового потока лампы рассчитывается по формуле:

$$\Phi = (E \times k \times S \times Z) / (n \times \eta), \quad (8)$$

где:  $\Phi$ - световой поток каждой из ламп, Лм;

$E$  - минимальная освещенность, Лк;

$k$  - коэффициент запаса;

$S$  - площадь помещения,  $m^2$ ;

$n$  - число ламп в помещении;

$\eta$  - коэффициент использования светового потока (в долях единицы) выбирается из таблиц в зависимости от типа светильника, размеров помещения, коэффициентов отражения стен и потолка помещения;

$Z$  - коэффициент неравномерности освещения (для светильников с люминесцентными лампами  $Z=0,9$ ).

Для определения коэффициента использования светового потока необходимо знать индекс помещения  $i$ , значения коэффициентов отражения стен  $\rho_{ст}$  и потолка  $\rho_{п}$  и тип светильника. Индекс помещения определяется по формуле:

$$i = S / (h \times (A + B)), \quad (9)$$

где:  $S$  - площадь помещения,  $m^2$ ;

$h$  - высота подвеса светильников над рабочей поверхностью,  $m$ ;

$A, B$  - длина и ширина помещения.

$$i = S / (h \times (A + B)) = 12 / (2,2 \times (4 + 3)) = 12 / 15,4 = 0,78$$

Таким образом, коэффициент использования светового потока  $\eta$  для светильников типа ШОД равен 0,37 (СНиП 23-05-95 . Коэффициент использования светового потока).

Определим величину светового потока:

$$\Phi = \frac{300 \cdot 1,5 \cdot 12 \cdot 0,9}{4 \cdot 0,37} = \frac{4860}{1,48} = 3284$$

Определим тип лампы. В нашем случае это должна быть лампа ЛД мощностью 80 Вт.

Оптимальный вариант для данного помещения: система общего освещения рассматриваемого помещения должна состоять из 2 двухламповых светильников типа ШОД с люминесцентными лампами ЛД мощностью 80 Вт, построенных в 1 ряд. Перегоревшие лампы своевременно заменяются [12].

Сравним систему требуемой освещенности с реально существующей системой освещения. Система освещения данного кабинета состоит из двух

светильников, расположенных параллельно стене с окном. Каждый светильник имеет по 2 люминесцентные лампы (типа ЛД) мощностью 80 Вт. Освещенность в данном кабинете составляет 312 Лк (при норме 300 лк). Таким образом, существующая система искусственного освещения кабинета соответствует требованиям СНиП 23-05-95.

Влияние микроклимата рабочего места (участка) на самочувствие человека.

Микроклимат (метеорологические условия) на рабочем месте напрямую зависят от теплофизических особенностей трудового процесса, территориального климата, времени (сезона) года, а также от условий отопления помещения и вентиляции.

Уровни микроклимата (метеорологических условий) непосредственно влияют на термическое восприятие сотрудника и его трудовую деятельность. Так снижение температурных условий и увеличение скорости воздуха в помещении способствуют повышению конвективного теплообмена и функции теплоотдачи при выделении пота, это может способствовать переохлаждению организма человека. Увеличение скорости воздуха может ухудшить общее самочувствие, это происходит из – за усиления конвективного теплообмена, а также функции теплоотдачи при выделении пота. Следовательно, если человек длительное время находится в закрытом кабинете, то относительная влажность должна быть в пределах от 30 до 70%. Ненормированные параметры микроклимата приводят к падению работоспособности, особенно при температуре больше 30°C.

Метеорологические условия рабочего места (микроклимат), непосредственно зависят от теплофизических особенностей трудового процесса, территориального климата, времени (сезона) года, а также от условий отопления помещения и вентиляции. К параметрам

метеорологических условий рабочего места можно отнести: температуру воздуха; скорость движения воздуха; атмосферное давление.

На рабочем месте любого производственного помещения должны быть установлены оптимальные и допустимые микроклиматические условия (ГОСТ 12.1.005–88).

Параметры микроклимата, которые превышают оптимальные, но не влияют отрицательно на здоровье человека, называются допустимыми параметрами микроклимата. В таблице 20 указаны допустимые и оптимальные параметры микроклимата для помещений с ЭВМ:

Таблица 21 - Оптимальные и допустимые нормы микроклимата для помещений с ЭВМ

Период года	Категория работ	Температура воздуха, С°	Относит. влажность, %	Скорость движения воздуха
Допустимые				
Холодный	Легкая 1а	21-25	75	0,1
Теплый	Легкая 1а	22-28	55	0,1-0,2
Оптимальные				
Холодный	Легкая 1а	22-24	40-60	0,1
Теплый	Легкая 1а	23-25	40-60	0,1

Уровни микроклимата (метеорологических условий) одинаковы для всех производственных помещений и климатических зон, только с различными небольшими отступлениями [12].

#### Влияние электромагнитных полей ЭМП на человека

В кабинете ведущего инженера по организации труда источником электромагнитных полей и излучений является компьютер. Продолжительное воздействие ЭМП может привести к недомоганиям, таким как бессонница, головные боли, боли в области сердца, вялость (усталость), повышенной

раздражительности. При постоянном воздействии ЭМП промышленной частоты присущи нарушения ритма и замедление частоты сердечных сокращений, функциональные нарушения в ЦНС (центральная нервная система) и ССС (сердечнососудистая система), в составе крови. Следовательно, нужно разграничивать время нахождения работника в зоне действия ЭМП, которые создаются токами промышленной частоты напряжением свыше 400кВ.

Центральная нервная, сердечнососудистая системы, анализаторы наиболее чувствительны к электромагнитным полям. При воздействии ЭМП человеку присущи: излишняя раздражительность, бессонница, различные фобии, которые связаны с боязнью возможного разряда, утомляемость, и многие другие. Самый страдающий от дисплея орган человека – глаза. Есть такое понятие, как «компьютерный зрительный синдром» (КЗС). К его симптомам относятся: усталость глаз, раздвоение изображения, слезоточивость глаз, расстройство восприятия цветов, что впоследствии может привести к близорукости и катаракте глаз. Во всем мире КЗС стал основным заболеванием пользователей компьютеров. Следствием «компьютерного зрительного синдрома» являются не ЭМИ, а то, что человеческие глаза не приспособлены к работе с монитором.

### Влияние электромагнитных излучений (ЭМИ) на человека

При длительном воздействии электромагнитных излучений с разными диапазонами длин волн при сдержанной напряженности может развиваться функциональное нарушение в центральной нервной системе, а также измениться состав крови. Это сопровождается головными болями, повышением артериального давления, может привести к нервно – психическим расстройствам, утомляемости организма, что приводит к выпадению волос, ломкости роговых выростов, истощению организма в целом. При аварийных ситуациях, когда сильно нарушается воздействие ЭМИ, происходят сердечно – сосудистые расстройства, которые сопровождаются

обмороками, неустойчивостью показателей пульса и артериального давления. Нагрузка на глаза при работе с ЭВМ является очень вредным фактором. Защита глаз от избыточной нагрузки происходит благодаря притоку энергии от других органов организма, за счет этого возрастает нагрузка на почки, сердце, головной мозг, а также нервную систему. Нерегламентированная работа на компьютере неблагоприятно действует на психику сотрудника, что приводит к снижению трудовой деятельности [11].

### Эргономика рабочего места

Очень важно правильно организовать рабочее место в противном случае происходит неблагоприятное воздействие на опорно-двигательную систему, что порождает некомфортные ощущения, и резко снижает работоспособность.

Нерегламентированная работа на компьютере в неудобной (не правильной) рабочей позе приводит к смещению межпозвоночных дисков, сдавливанию брюшной полости и грудной, а также много других отрицательных последствий, которые, как правило, проявляются не сразу, а с течением времени.

Благоприятным фактором для улучшения условий трудового процесса и жизнедеятельности работника является разумное цветовое оформление рабочего места. Доказано, что различные цвета могут, как успокаивать человека, так и раздражать. Необходимо соблюдать благоприятную цветовую гамму в производственных помещениях, что достигается грамотным выбором световых приборов, которые обеспечивают нужный световой спектр.



## 6.4 Защита в чрезвычайных ситуациях

Чрезвычайные ситуации - это обстоятельства, возникающие в результате аварий, катастроф, стихийных бедствий, диверсий или иных факторов, в которых наблюдается резкое отклонение протекающих явлений и процессов от нормальных, что оказывает отрицательное воздействие на жизнеобеспечение, экономику, социальную сферу и природную среду.

Мероприятия на предприятии разделяют на организационные, технические, эксплуатационные и режимные.

К режимным относятся установление правил организации работ и соблюдение противопожарных мер.

Помещения в зависимости от характеристики используемых в производстве веществ и их количества, по пожарной и взрывной опасности подразделяются на категории А, Б, В, Г, Д.

Рассматриваемое помещение и здание относится к категории «В» по степени пожарной опасности, так как в нем отсутствует обработка пожароопасных веществ, отсутствуют источники открытого огня. А стены здания и перекрытия выполнены из трудно сгораемых и несгораемых материалов (кирпич, железобетон, и др.).

Для предупреждения пожаров от коротких замыканий и перегрузок необходимы правильный выбор, монтаж и соблюдение установленного режима эксплуатации электрических сетей, дисплеев и других электрических средств автоматизации.

Эксплуатационные мероприятия:

- соблюдение эксплуатационных норм оборудования;
- обеспечение свободного подхода к оборудованию.
- содержание в исправности изоляции токоведущих проводников.

Технические мероприятия:

- соблюдение противопожарных мероприятий при устройстве электропроводок, оборудования, систем отопления, вентиляции и освещения. В помещении находится два огнетушителя типа ОУ-5 (углекислотный огнетушитель).

- профилактический осмотр, ремонт и испытание оборудования.

Кроме устранения самого очага пожара, нужно своевременно организовать эвакуацию людей.

При возникновении пожара каждый обнаруживший пожар обязан:

- немедленно сообщить об этом в пожарную охрану по телефону 01 или 112.

- сообщить непосредственному руководителю.

- соблюдать спокойствие, не создавать панику.

Существуют разные меры тушения пожаров, такие как: установка пожарных сигнализаций в зданиях и сооружениях, разработка плана эвакуации, систематическое проведение инструктажей, ознакомление с нормативными документами.

Согласно Федеральному закону «О противопожарной безопасности» работники могут быть допущены к работе, только если пройдут противопожарный инструктаж. Федеральный закон «О противопожарной безопасности» устанавливает полномочия и действия рабочих при возникновении пожара, такие как:

- правила пользования офисной техникой;

- правила оповещения пожарной охраны;

- правила использования средств пожаротушения и агрегатов пожарной автоматики;

- порядок эвакуации, пожарный выход и т.д.

Под землетрясением понимают колебания грунта. Волны, которые вызывает земля, называются сейсмическими. Хотя источник естественных землетрясений занимает некоторый объем горных пород, часто его определяют как точку, из которой расходятся сейсмические волны. Подобная точка называется фокусом землетрясения. Точку на земной поверхности, которая расположена над фокусом – это эпицентром землетрясения.

Интенсивность землетрясения находится по степени повреждения искусственных сооружений, нарушении поверхности грунта и неадекватной реакции у животных.

Последствия землетрясения это повреждение искусственных сооружений, нанесение морального и материального вреда, оказывает психологическое влияние на общество.

Приближенными к Кузбассу и Кемеровской области сейсмоопасными территориями являются республика Алтай и Прибайкалье.

В случаях, когда есть такая ситуация необходимо использовать следующие меры защиты:

- не поддаваться панике;
- покинуть здание в соответствии с планом эвакуации.

Если землетрясение застало человека внутри сооружения, то необходимо до его окончания оставаться там, а если застало на улице, также желательно оставаться на улице.

Если землетрясение застало в здании, то необходимо стоять в дверном проеме или у опорных стен. Желательно избежать узких улиц и находиться дальше от электрических проводов, если землетрясение застанет на улице. Ни в коем случае нельзя во время землетрясения оставаться в лифте или на лестнице.

Интенсивность землетрясения определяется по степени повреждения искусственных сооружений, по нарушению поверхности грунта и характеру реакции у животных.

## 6.5 Правовые и организационные вопросы обеспечения безопасности

Защита от электромагнитных полей и излучений. В кабинете директора ателье главным источником электромагнитных полей и излучений является компьютер, а самый главный его монитор.

В России в настоящее время практически на 100% используются мониторы зарубежных производителей и к ним применяются жесткие требования по безопасной эксплуатации, которые закрепляются в соответствующих стандартах. Стандарты применяются для того, чтобы защитить от опасности вредного воздействия пользователей и окружающую среду.

СанПиН 2.2.2/2.4.1340-03 «Гигиенические требования к ЭВМ и организации работы» устанавливает также эргономические требования к ЭВМ.

ЭВМ должны быть расположены боковой стороной к световым проемам, а также должно быть заземление. Температура воздуха в помещении должна быть 21 – 25 °С, относительная влажность 40-60%.

Регламентирование труда и перерывов в работе является одним из мероприятий для защиты от опасного действия ЭМП.

В таблице 22 продемонстрированы допустимые уровни излучения от электростатических, электрических и магнитных полей по стандарту ТСО'99.

Таблица 22 – Временные допустимые уровни ЭМП, создаваемые ПЭВМ

Наименование параметров		Параметры
Напряженность электрического поля	В диапазоне частот 5 Гц – 2 кГц	25 В/м
	В диапазоне частот 2 кГц – 400 кГц	2,5 В/м
Плотность магнитного потока	В диапазоне частот 5 Гц – 2 кГц	250 нТл
	В диапазоне частот 2 кГц – 400 кГц	25 нТл
Электростатический потенциал экрана видеомонитора		500 В
Напряженность электростатического поля		15 кВ/м

Для снижения опасного влияния ЭМП на работника рабочее место оснащено жидкокристаллическим (LCD) монитором. В данных мониторах отсутствует источник излучений – электронно-лучевая трубка. В таблице 23 продемонстрированы нормы времени регламентируемого отдыха в работе. В нашем случае нужно использовать 30-минутные перерывы.

Таблица 23 - Регламентирование труда и отдыха при работе на ПЭВМ

Категория Работ	Уровень нагрузки			Суммарное время перерывов в течение смены	
	Считывание информации, тыс. печатных знаков	Ввод информации, тыс. печатных знаков	Режим диалога, час	8 час. неделя	12 час. неделя
I	До 20	До 15	До 2	30	70
II	До 40	До 30	До 4	50	90
III	До 60	До 40	До 6	70	120

Кроме того, зачастую наблюдается пренебрежение сотрудников к требованиям организации труда и отдыха, так как выполняемая работа связана с вводом больших объёмов информации. Поэтому следует внимательнее следить за тем, чтобы делались соответствующие перерывы в работе.

Площадь на одно рабочее место должно составлять не менее 6 м<sup>2</sup>. Следовательно, наше помещение удовлетворяет поставленному требованию (4 х 3) = 12 м<sup>2</sup>.

По высоте рабочая зона стола для взрослых необходимо устанавливать в пределах 680-800 мм; когда отсутствует такая возможность, тогда высота рабочей зоны нужна сделать 725 мм.

Рабочий стол сотрудника организации обязательно имеет свободное пространство для ног и высота при этом устанавливается 600 мм и не менее того; ширина при этом должна быть не меньше 500 мм, а глубина на уровне колен, что составляет 450 мм при этом на уровне вытянутых ног в размере 650 мм.

Экран монитора от ПК расположена на расстоянии от глаз на расстоянии 600 – 700 мм.

Поверхность рабочей поверхности стола должна быть матовой, в случае если поверхность глянцевая, то коэффициент отражения находится в пределах 0,5 – 0,7.

Сама по себе конструкция компьютерного стула должна обеспечить поддержку рабочей позы при работе сотрудника с ПЭВМ, при этом позволить изменять позу с основной целью снижения статического напряжения мышц человека шейно-плечевой области и спины, предупреждая при этом развитие утомления выше упомянутых мышц тела. Рабочий стул необходимо выбирать учитывая рост сотрудника, характер и продолжительность работы на ПЭВМ. Компьютерный стул обязательно имеет подъемно-поворотный, регулируемый по высоте и углам наклона сиденье и спинку.

Конструкция компьютерного стула обеспечивает:

- ширину, а также глубину поверхности самого сиденья 400 мм;
- поверхность сиденья имеет закругление переднего края;
- регулировку высоты поверхности сиденья от пола от 400 до 550 мм и углам наклона вперед до 15 градусов и назад до 5 градусов;

- высоту опорной поверхности спинки 300 мм, ширину - 380 мм и радиус кривизны горизонтальной плоскости - 400 мм;
- регулировку расстояния спинки от переднего края сиденья в пределах 260 – 400 мм;
- стационарные или съемные подлокотники, длина которых составляет 250 мм, а ширину - 50 - 70 мм;
- регулировку подлокотников по высоте над сиденьем в пределах 230 мм и внутреннего расстояния между подлокотниками в пределах 350 – 500 мм.

Рабочее место сотрудника оборудовано подставкой для ног, которая имеет ширину 300 мм, глубину - 400 мм, регулируется по высоте в до 150 мм и по углу наклона опорной поверхности подставки до 20 градусов. Поверхность подставки имеет рифленую поверхность по переднему краю бортика высотой 10 мм.

Клавиатуру следует располагать на поверхности стола на расстоянии 100-300 мм от края, обращенной к пользователю или на специальной, регулируемой по высоте рабочей поверхности, отделенной от основной столешницы.

## 6.6 Заключение по разделу «Социальная ответственность»

Проанализировав вредные и опасные производственные факторы на рабочем месте директора ателье «Милана», было выявлено, что большинство факторов, которые непосредственно представляют опасность для здоровья человека, соответствуют нормативным показателям.

При анализе микроклимата в холодный период времени выявлена необходимость в использовании средств местного обогрева температуры.

Также выявлено, что непосредственным источником опасности для здоровья является сам работник, так как систематически нарушает требования к организации труда и отдыха, которые регламентируют необходимость в периодических перерывах при работе с компьютером.

Для того чтобы уменьшить влияние вредных и опасных воздействий электромагнитных полей и излучений рекомендовано применять жидкокристаллические мониторы.

Рекомендовано применять порошковые и углекислотные огнетушители в качестве средств пожаротушения. Необходимо поддерживать в рабочем состоянии систему вентиляции воздуха.



## Заключение

Целью выпускной квалификационной работы являлось разработка бизнес-плана создания ателье «Милана».

Выполнены задачи, соответствующие цели проекта:

1 Изучена нормативная, законодательная, методологическая база по разработке бизнес-плана.

2 Проведен маркетинговый анализ рынка по предоставлению швейных услуг для создания ателье «Милана».

3 Разработан, организационно-производственный, маркетинговый и финансовый план создания ателье «Милана».

4 Проведена оценка экономической эффективности реализации проекта, путем составления финансового плана и оценки рисков реализации проекта.

В ходе работы были сделаны следующие выводы.

В результате анализа теоретических основ разработки бизнес-плана, можно сделать вывод, что бизнес-план – это поэтапно составленный проект развития предприятия, с обоснованием внедрения новшеств и изменений и рассчитанной эффективностью от данных внедрений. Он должен быть кратким, четко просчитанным, с достоверной информацией и аргументацией.

Основной акцент в ассортименте предоставляемых услуг направлен а пошив костюмированной одежды, а в дальнейшем будет направлен на пошив военной атрибутики хорошего качества по разумной цене.

Исследования показывают, что рынок предоставления швейных услуг находится на стадии активного роста и насыщения.

Проведенный маркетинговый анализ создаваемого ателье позволил разработать базовые стратегии развития создаваемого ателье «Милана» в г. Юрге в районе военного городка и послужить основой для разработки бизнес-плана в ВКР.

У создаваемого ателье большое преимущество перед другими ателье города в ценовой политике, возможность предоставлять скидки постоянным клиентам, так же планируется проведение хорошей рекламной компании. Предоставлять услуги будут высококвалифицированные специалисты, которые за время своей трудовой деятельности занимали призовые места на конкурсах швейного искусства, проводимые на городском и региональном уровне.

Исходные параметры для расчета финансового плана:

- Для первоначального этапа открытия ателье общий размер инвестиций 154,5 тыс. руб. из собственных средств предпринимателя, в т.ч.:

- Стоимость оборудования - 100,9 тыс. руб.;
- Прочие затраты – 53,5 тыс.руб.;
- Затраты на материал – 16 тыс. руб. в месяц;
- Затраты на проведение рекламной компании в первый месяц - 20 тыс. руб.

- Посещаемость - 486 человек в месяц;

- Площадь ателье - 40 кв.м.;

Результаты расчетов экономических показателей следующие:

Полученные показатели эффективности реализации проекта:

- чистый приведенный доход, NPV при ставке дисконтирования 13% составляет 496,5 тыс. руб.;

- внутренняя норма рентабельности, IRR - 15% годовых;

- точка безубыточности в денежном выражении – 601,6 тыс. руб.;

- срок окупаемости – 4,5 месяца;

- индекс прибыльности – 2,51.

В ателье все необходимые меры по обеспечению безопасности жизнедеятельности на предприятии и охраны окружающей среды будут соблюдены в соответствии с законодательством РФ.

Реализация данного проекта является эффективным вложением финансовых средств. Принятая организационно-финансовая схема

обеспечивает эффективную реализацию проекта и его стабильное финансовое состояние. Проект является устойчивым к возможным колебаниям объема и цен реализации продукции, уровню издержек и инфляции. Реализация проекта обеспечивает устойчивую прибыль.

Результаты выполнения работы: возможность использования бизнес-плана для открытия ателье в городе Юрга.

## Список использованных источников

- 1 Алиев, В.С. Бизнес-планирование с использованием программы [Текст] Учебное пособие / В.С. Алиев. - М.: НИЦ ИНФРА-М, 2013. - 352 с.
- 2 Алиев, В.С. Практикум по бизнес-планированию с использованием программы [Текст] Учебное пособие / В.С. Алиев. - М.: Форум, ИНФРА-М, 2010. - 288 с.
- 3 Баринов, В.А. Бизнес-планирование: [Текст] Учебное пособие / В.А. Баринов. - М.: Форум, 2013. - 256 с.
- 4 Буров, В.П. Бизнес-план фирмы. Теория и практика: [Текст] Учебное пособие / В.П. Буров. - М.: НИЦ ИНФРА-М, 2013. - 192 с.
- 5 Волков, А.С. Бизнес-планирование: [Текст] Учебное пособие / А.С. Волков. - М.: ИЦ РИОР, ИНФРА-М, 2011. - 81 с.
- 6 Гладкий, А.А. Бизнес-план: Делаем сами на компьютере [Текст] / А.А. Гладкий. - М.: Рид Групп, 2012. - 240 с.
- 7 Герчикова И.Н. Менеджмент. Учебник. М.: Юнити.-2012.- 501
- 8 Глухов В.В. «Менеджмент», СПб., «Специальная Литература», 2012г.
- 9 Горбунов, В.Л. Бизнес-планирование с оценкой рисков и эффективности проектов: Научно-практическое пособие [Текст] / В.Л. Горбунов. - М.: ИЦ РИОР, НИЦ ИНФРА-М, 2013. - 248 с.
- 10 Горемыкин, В.А. Бизнес-план: Методика разработки. 25 реальных образцов бизнес-плана [Текст] / В.А. Горемыкин. - М.: Ось-89, 2011. - 592 с.
- 11 Гришагин В. М., Фарберов В. Я. Безопасность жизнедеятельности. – Томск: Изд. ТПУ, 2010.-344с.
- 12 Гришагин В. М., Фарберов В. Я. Расчеты по обеспечению комфорта и безопасности. – Томск: Изд. ТПУ, 2012.-155с.
- 13 Ефимова М.Р. «Финансово-экономические расчеты: пособие для менеджеров», М.В. «ИНФРА-М», 2004г.

14 Зелль А.С. «Бизнес-план: Инвестиции и финансирование, планирование и оценка проектов», М., «Ось-89», 2002г.

15 Лопарева, А.М. Бизнес-планирование: учебно-методический комплекс [Текст] / А.М. Лопарева. - М.: Форум, 2011. - 176 с.

16 Лосев, В. Как составить бизнес-план. Как составить бизнес-план: Практическое руководство с примерами готовых бизнес-планов для разных отраслей: Пер. с англ. [Текст] / В. Лосев. - М.: Вильямс, 2013. - 208 с.

17 Любанова, Т.П. Сборник бизнес-планов. Методика и примеры: предпринимательская деятельность, экономическое обоснование инженерных решений в курсовом, дипломном проектировании, диссертационных работах: Учебное и научно-практическое пособие [Текст] / Т.П. Любанова. - М.: ИКЦ МарТ, МарТ, 2008. - 408 с.

18 Маховикова Г.А., Желтяков И.А., Пузыня Н.Ю. Цены и ценообразование. – СПб.: Питер, 2008г.

19 Мелкумов Я.С. «Финансовые вычисления: Учебно-справочное пособие», М., «ИНФРА-М», 2012г.

20 Морошкин, В.А. Бизнес-планирование: Учебное пособие [Текст] / В.А. Морошкин. - М.: Форум, 2012. - 288 с.

21 Орлова, Е.Р. Бизнес-план: Методика составления и анализ типовых ошибок [Текст] / Е.Р. Орлова. - М.: Омега-Л, 2013. - 168 с.

22 Орлова, П.И. Бизнес-планирование: Учебник [Текст] / П.И. Орлова. - М.: Дашков и К, 2013. - 284 с.

23 Петухова, С.В. Бизнес-планирование: как обосновать и реализовать бизнес-проект: [Текст] Практическое пособие / С.В. Петухова. - М.: Омега-Л, 2013. - 171 с.

24 Романова, М.В. Бизнес-планирование: Учебное пособие [Текст] / М.В. Романова. - М.: ИД ФОРУМ, ИНФРА-М, 2012. - 240 с.

25 Стрекалова, Н.Д. Бизнес-планирование: Учебное пособие. Стандарт третьего поколения [Текст] / Н.Д. Стрекалова. - СПб.: Питер, 2013. - 352 с.

26 Липсиц, И.А. Бизнес-план – основа успеха: Практическое пособие [Текст] / И.А. Липсиц – 2-е изд., перераб. и доп. – М.: Дело, 2012. – 112 с.

27 Сборник бизнес-планов: практическое пособие [Текст] / ред. Ю. Н. Лапыгин. – М.: Омега-Л, 2012. – 310 с.

28. Станиславчик Е.Н. «Бизнес-план: Управление инвестиционными проектами», М., «Ось-89», 2011г.

29. Уткин, Э.А. Бизнес-план компании[Текст] / Э.А Уткин.- М.: Изд-во «ЭКМОС», 2012. – 102 с.

30. Фатхутдинов Р.А. Стратегическая конкурентоспособность — Казань: ЛанаЮ 2011. – 143с.

31.[Электронный ресурс]: URL: Режим доступа: <http://alenashefina.com/2011/07/17/potrebitelskie-predpochteniya-posetitelej-zavedenij-obshhestvennogo-pitaniya/>.— Загл. с экрана

**Приложение-А**  
(обязательное)

**Критерии оценки конкурентоспособности ателье «Милана»**

Факторы конкурентности	Критерии оценки	Баллы
1 Качество	обеспечивается высокой квалификацией швей и закройщика	5
	обеспечивается высокой квалификацией швей	4
	зависит от разряда и способностей,	3
	сомнительное качество	2
	плохое обслуживание	1
2 Место нахождения	центр военного городка	5
	военный город	4
	центр города	3
	окраина города	2
	частный сектор	1
3 Уровень цены	Высокий, в зависимости от покроя и модели	5
	высокий	4
	средний,	3
	ниже среднего	2
	низкий	1
4 Дизайн	с учетом всех пожеланий заказчика и модных тенденций	5
	с учетом всех пожеланий заказчика,	4
	высокий	3
	средний	2
	ниже среднего	1
5 Ассортимент	все швейные изделия из дорогостоящего материала, аксессуары	5
	все швейные изделия из текстильных материалов	4
	все швейные изделия и ремонт одежды	3
	все швейные изделия	2
	ремонт одежды	1
6 Время работы и обеда	С 10:00 до 19:00, обед с 14:00 до 15:00, без выходных	5
	вечернее время	4
	с 10:00 до 19:00, обед с 13:00 до 14:00	3
	с 09:00 до 18:00, обед с 13:00 до 14:00	2
	с 08:00 до 17:00, обед с 13:00 до 14:00	1
7 Имидж, репутация	Надежность	5
	Надежность, но не всегда	4
	Новое предприятие	3
	Ненадежность	2
	Плохая репутация	1

Приложение -Б  
(обязательное)

Планируемый план объема предоставления услуг поквартально

Перечень услуг	Цена за ед.	Объем в месяц	Производство по квартально				Всего ед. за первый год
			1 квартал	2 квартал	3 квартал	4 квартал	
Укорачивание/удлинение (брюк, юбок, рукавов)	200	40	120	120	120	120	480
Ручная и машинная штопка	200	10	30	30	30	30	120
Замена и установка фурнитуры	300	8	20	25	25	26	96
Замена подкладки	450	10	30	30	30	30	120
Работа с меховыми и кожаными изделиями	5500	5	15	15	0	15	45
Пошив постельного белья – 1,5	1250	20	40	60	70	70	240
Пошив конвертов для новорожденных	2100	5	15	10	15	20	60
Пошив пеленок	150	33	99	99	99	99	396
Пошив штор	1300	10	30	30	30	30	120
Пошив костюмированной одежды	2000	30	90	90	90	90	360
Пошив детских игрушек	500	60	0	0	180	180	360
Пошив школьной одежды	1200	20	0	0	60	40	100
Перекрой и подгонка по фигуре	500	10	30	30	30	30	120
Пошив одежды	1000	20	55	60	65	60	240
Пошив постельного белья – 2, евро	1500	15	45	45	45	45	180
Пошив полотенца	50	200	600	600	900	900	3000
Итого		486					5677



**Приложение-В**  
(обязательное)

**Движение денежных средств финансовой деятельности организации  
помесячно за первый год**

Показатель	январь	февраль	март	апрель	май	июнь	июль	август	сентябрь	октябрь	ноябрь	декабрь	Итого за год
Доходы от реализации	126 000	2133 50	275 000	217 000	219 350	200 000	226 000	231 850	3000 00	2610 00	270 000	2921 50	2831 700
Расходы на материалы	160 00	1600 0	160 00	160 00	160 00	160 00	160 00	160 00	1600 0	1600 0	160 00	1600 0	1920 00
Расходы на оборудование	100 900	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	1009 00
Затраты на рекламу	200 00	1500 0	150 00	150 00	150 00	150 00	150 00	150 00	1500 0	1500 0	150 00	1500 0	1850 00
Расходы на ГСМ	400 0	4000	400 0	300 0	300 0	300 0	300 0	300 0	3000	4000	400 0	4000	4200 0
Затраты на аренду и коммунальные платежи	175 00	1750 0	175 00	175 00	175 00	175 00	175 00	175 00	1750 0	1750 0	175 00	1750 0	2100 00
Налоги предпринимателя.	0	0	0	0	36	880, 2	566 0,4	653 7,9	1676 0,4	1076 0,4	121 10,4	1543 2,9	6817 8,6
Фонд заработной платы	136 764	1367 64	136 764	136 764	136 764	136 764	136 764	136 764	1367 64	1367 64	136 764	1367 64	1641 168
Прибыль	- 169 164	- 1450 78	- 593 42	- 306 06	480	117 36	377 36	435 86	1117 36	7173 6	807 36	1028 86	4606 32
Чистая прибыль	0	0	0	0	444	108 55,8	320 75,6	370 48,1	9497 5,6	6097 5,6	686 25,6	8745 3,1	3924 53,4

Приложение-Г  
(справочное)

График чистого дисконтированного дохода, NPV

